



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES

“Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la empresa
Terminales Portuarios Peruanos S. A. C., Callao 2019”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Negocios Internacionales

AUTOR:

Vilcarromero Zuta, Manuel Concepcion (ORCID: 0000-0002-0214-0213)

ASESOR:

Mg. Mejía Guerrero, Hans (ORCID: 0000-0001-7100-7005)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

CALLAO – PERÚ

2019

Dedicatoria

A mi padre celestial por las bendiciones que me brinda, por guiar mis pasos por la senda del buen camino. A Yanet a mi hija y a todos mis familiares que de una y otra manera me brindaron su máximo apoyo y comprensión para poder llegar a culminar mi carrera profesional.

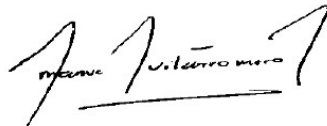
Agradecimiento

Quiero agradecer a la Universidad César Vallejo, que durante estos años nos acogió. Agradecer a la plana docente que nos han brindado su apoyo y conocimiento, en especial a nuestro asesor Hans Mejía que ha demostrado paciencia y conocimiento para poder hacer realidad este proyecto de investigación.

Página del Jurado

Declaratoria de Autenticidad

Yo MANUEL CONCEPCION VILCARROMERO ZUTA con DNI N° 44303953, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académica Profesional de Negocios Internacionales, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica. Asimismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces. En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.



MANUEL CONCEPCION VILCARROMERO ZUTA

DNI N° 443036953

Índice

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del Jurado	iv
Declaratoria de Autenticidad.....	v
Índice	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	12
2.1. Enfoque tipo y diseño de Investigación.....	12
2.2. Variables y Operacionalización.....	12
2.4. Población muestra	14
2.5. Técnica e instrumento de recolección de datos, confiabilidad y validez.....	15
2.6. Procedimientos	17
2.7. Método de análisis.....	17
2.8. Aspectos éticos	18
III. RESULTADOS	19
IV. DISCUSIÓN	46
V. CONCLUSIONES	49
VI. RECOMENDACIONES	51
REFERENCIAS	53
ANEXOS	56

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos SAC, Callao 2019, tiene como objetivo general determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes en la empresa Terminales Portuarios Peruanos SAC CALLAO 2019, utilizando las bases teórica de distintos autores que explican las definiciones, dimensiones, modelos de medición que corresponden a las variables en estudio.

El enfoque utilizado es cuantitativo, tipo de investigación aplicada, descriptivo correlacional, diseño no experimental de corte transversal. Se consideró una población de 220 clientes de la empresa Terminales Portuarios Peruanos, para obtener la muestra se utilizó el muestreo no probabilístico aleatorio simple, se aplicó fórmula obteniendo como muestra a 141 clientes. Asimismo, para recopilar datos, se utilizó la técnica encuesta y como instrumento se utilizaron 2 cuestionarios, mismo que estuvo conformado por 22 ítems cada uno, medición escala de Likert, los instrumentos fueron validados por 3 expertos y mediante el Alfa de Cronbach del programa SPSS V.23, el modelo empleado para esta investigación es el multidimensional de SERVQUAL.

Mediante los resultados obtenidos del SPSS V.23, y el análisis inferencial del Chi Cuadrado que como resultado muestra (152,539) mayor que Chi Tabular (16,9190). Se concluye que existe relación positiva moderada entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

Palabras claves: Calidad, servicio, satisfacción del cliente, SERVQUAL

ABSTRACT

The present research work entitled "Quality of service and customer satisfaction in the company Terminales Portuarios Peruanos SAC, Callao 2019", has as a general objective to determine the relationship between the quality of the service and the satisfaction of the clients in the company Puerto Terminals Peruanos SAC CALLAO 2019, using the theoretical bases of different authors that explain the variables, dimensions, measurement models that correspond to the variables under study.

The approach used is quantitative, type of applied research, correlational descriptive, non-experimental cross-sectional design. A population of 220 clients of the Peruvian Port Terminals company was considered, to obtain the sample, simple random non-probabilistic sampling was selected, formula was applied obtaining 141 clients as a sample. Likewise, to collect data, select the survey technique and as an instrument 2 questionnaires were used, which was made up of 22 items each, Likert scale measurement, the instruments were validated by 3 experts and through the Cronbach's Alpha of the SPSS V program .23, the model used for this research is the multidimensional SERVQUAL.

Through the results obtained from SPSS V.23, and the inferential analysis of the Chi Square which as a result shows (152,539) greater than Tabular Chi (16,9190). It is concluded that there is a moderate positive relationship between service quality and customer satisfaction.

Keywords: Quality, service, customer satisfaction, SERVQUAL.

I. INTRODUCCIÓN

Cuando nos referimos a calidad del servicio hablamos de algo elemental que utilizan las organizaciones para poner en prestación un bien o servicio, ya que depende de la experiencia del usuario que recibe en una compañía para retornar por segunda o más veces para adquirir el bien o servicio que este ofrece. Para lograr mejorar la experiencia del cliente las compañías innovan y cambian sus procesos de manera continua para buscar una mejor posición en este mercado global competitivo. En la actualidad es muy importante brindar un buen servicio a través de este vital elemento las compañías logran tener a los clientes fidelizados.

En el ambito internacional AmCham Chile (2016) informa que la calidad del servicio en los ultimos 10 años ha avanzado pero a un asi necesitan dar un paso mas adelante. Para ello han logrado indentificar sus debilidades y virtudes, dentro de las debilidades, no cuentan con personal capacitado en comunicación y las tecnologias informaticas, dentro de las virtudes que mas se destaca es en el area de servicios para ello cuentan con certificaciones internacionales en los sectores de la ingenieria minera, la construccion antisismica entre otros. En tanto los especialistas advierten que para lograr un cambio en la calidad del servicio y buscar la mejora y este tenga una tendencia al desarrollo consideran que se deben mejorar los salarios y aumentar las exigencia de los profesionales de cada sector.

En cuanto a la calidad del servicio existen estudio realizados por: Deming (1986), J Horovitz (1990), P, Larrea (1991) D, Seto (2004), M, Vargas & L, Aldana (2011).

Asimismo podemos afirmar que diversos estudios sostienen que la satisfacción es la apreciación de complacencia y gustos de los consumidores al momento de recibir un producto o servicio cada vez los requerimientos del usuario al momento de recibir un bien o solicitar un servicio es más exigente, es por ello que en las compañías consideran a la satisfacción como un indicador clave de desempeño empresarial, ya que esto ayuda a realizar un análisis de que servicio se está brindando y este como lo percibe el consumidor, para lograr una buena calidad proponen capacitaciones y auditorias. Buscando de esta manera la mejora continua y ser competitivos en el mercado. La importancia de tener clientes satisfechos posiciona un producto o servicio en el mercado y genera rentabilidad a las compañías

Sobre la satisfacción del cliente existen estudios realizados: S, Nina (1992), B, Hayez (2002), C, Fornell (2008) F, Gosso (2010).

En el ámbito nacional, Gestion (2019) menciona que el 71% de clientes no suelen regresar ante una mala experiencia del servicio. En tanto para que los clientes sigan consumiendo los bienes y servicios y estos logren recomendar es importante que se enfoquen en brindar un buen servicio. Asimismo el 60% de limeños consideran que un buen servicio brindado por la empresa asegura la adquisición de un producto. Dentro de los aspectos que deben mejorar las empresas como fundamental es la amabilidad y rapidez en la atención

En tanto a nivel local Terminales Portuarios Peruanos S.A.C, brinda servicios logísticos portuarios como: Agenciamiento marítimo, Logística carga seca, Almacenes y distribución, Logística carga perecible, Carga consolidada y depósito de contenedores vacíos. Para el desarrollo de los servicios que brinda cuenta con locales administrativos y operativos, los almacenes y logística se ubican en tres (3) sedes a lo largo de la Av. Néstor Gambeta TPP1, TPP2 y TPP3. Para este trabajo de investigación se estudiara la sede de TPP3 sede que brinda el servicio de depósito de los contenedores vacíos de 2 líneas navieras (China Shipping Lines y Orient Overseas Container Line) en esta sede de la empresa actualmente presenta problemas de la calidad del servicio dentro de los que se puede apreciar son las demoras en la atención, poco interés del personal para atender a los clientes entre otros estas deficiencias conlleva a quejas y reclamos incrementando la insatisfacción.

La finalidad del presente trabajo es saber si existe o no relación en calidad del servicio que la empresa entrega y la satisfacción que se genera en los clientes de la sede de TPP3.

Con referencia a las variables de estudio tanto la independiente y la dependiente existen diversos estudios a nivel internacional que los investigadores buscan identificar los problemas y buscar alternativas que puedan mejorar. A continuación mencionaremos tres (3) estudios internacionales.

Rivera (2019) tema titulado La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador, investigación presentada para obtener el grado de Magister en la Universidad de Católica de Santiago de Guayaquil (Guayaquil - Ecuador), investigación que tenía como objetivo principal evaluar la calidad del servicio y la satisfacción al cliente para ello se aplicó cuestionario modelo SERVQUAL de esta

manera recopilar información de las expectativas y percepciones de los clientes exportadores, el diseño de la investigación fue descriptivo, cuantitativo deductivo. Como técnica se aplicó la encuesta y como instrumento de medición dos cuestionarios a una muestra de 180 clientes. El investigador concluyo que las variables propuestas si tienen relación positivan moderada.

Asimismo Hidalgo (2019) desarrollo una investigacion titulado Calidad del Servicio y Satisfacción al cliente en el Sector Financiero del Cantón Ambato, trabajo presentado para optar el grado de Magister en Gestion Empresarial en la Universidad Tecnica de Ambato (Ambato - Ecuador) trabajo que como objetivo tiene proponer un plan de mejora en las variables de estudio. Tipo de investigacion explicativo de enfoque cuantitativo en esta investigacion solo describio las variables en su estado natural y se realizo en un tiempo determinado. Utilizo dos instrumentos de medicion el primero se aplico a la calidad y el segundo a las satisfaccion, considero una muestra de 270 usuarios activos. La investigadora determina que las calidad esta vinculado con la satisfaccion, mencionado asi que si un cliente recibe un servicio adecuado genera una satisfaccion de tal forma que el cliente se fideliza al bien o servicio ofrecido. Tambien menciona que si un cliente percibe un servicio inadecuado existe una insatisfaccion y esto conlleva a la baja rentabilidad de la empresa.

Por otra parte López (2018) desarrolla una investigación titulado Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, investigación presentada para obtener el grado de Magister en Administración de Empresas en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (Guayaquil - Ecuador) investigación que tuvo como objetivo principal determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes. La metodología de investigación es descriptiva de enfoque mixto, para el enfoque cuantitativo aplico SERVQUAL con la técnica encuesta instrumento cuestionario con escala de Likert, compuesta por 25 ítems, misma que fue aplicado a una muestra que estuvo conformada por 365 clientes del restaurante. Para el enfoque cualitativo se aplicó una entrevista al dueño y personal de servicio del restaurante. La investigadora concluye que si existe nexo positivo en las variables planteadas.

Con relación al ámbito nacional existen trabajos de investigación que guardan relación con las variables de estudio.

Casimiro (2018) desarrolla un trabajo de investigación titulada “Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la cooperativa Centrocoop - Ate Vitarte, 2018” presentada para obtener el título profesional de licenciada en Administración en la Universidad César Vallejo (Lima - Perú) la autora propone como objetivo establecer la relación entre la variable calidad y la variable satisfacción. La investigación es de enfoque cuantitativo las variables se estudiaron en su estado natural y se realiza en un determinado tiempo, para el estudio se consideró una muestra de 131 clientes de la cooperativa, se hizo uso la técnica de la encuesta y como instrumento fue el cuestionario que consistían en dos formatos uno para calidad y el segundo para satisfacción mismos que estaban compuesto de 21 ítems. La investigadora concluye que calidad del servicio tiene vínculo positivo con la satisfacción en los clientes.

Crisostomo (2018) cuya tesis titulada Calidad de servicio y satisfacción en los clientes de una tienda de supermercados, Ate, 2018, presentada para obtener el título profesional de licenciada en Administración en la Universidad César Vallejo (Lima - Perú) la autora tiene como principal objetivo describir cómo es que se relacionan las variable de estudio propuesto de una tienda de un supermercado. La investigación es descriptiva correlacional de corte transversal con un diseño no experimental, para el proceso estadístico se consideró una muestra de 200 clientes, se le aplico la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento el mismo que consta de 30 ítems con escala Likert modelo adaptado de SERVQUAL. La autora concluye que entre las variables de estudio existe concordancia alta.

Jara (2018) en la tesis titulada Calidad de servicio y satisfacción en los clientes de la empresa Tecnología Panificadora S.A.C., Ate, 2018, presentada para obtener el título profesional de licenciada en Administración en la Universidad César Vallejo (Lima - Perú) la autora propone como objetivo general determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción al cliente, fue una investigación descriptiva se estudiaron las variables en su estado natural buscando relación entre ellas. Para obtener datos de los clientes se aplicó dos cuestionarios, de 22 ítems modelo SERVQUAL para la primera variable ya para la segunda se aplicó un cuestionario de 13 ítems modelo ACSI. Ambos instrumentos se aplicaron a las muestra estaba conformado por 48 clientes. Concluyendo que las variables tienen relación positiva moderada.

A continuación mencionaremos algunos estudios Teóricos de la primera variable en estudio Parasuraman, Zeithaml y Berry (1991) afirman que todo lo relacionado con

calidad es la valuación destinada que evidencia las emociones del consumidor, conforma el progreso general del consumidor referente la excelencia del servicio otorgado, el cual emerge de comparar las experiencias anteriores de los usuarios con las expectativas concerniente a la realización del servicio recibido. Relacionado todo señalan que el servicio de calidad se encuentra encaminado a las asignaciones que añaden interacciones entre los colaboradores y el cliente (Citado por Serrano & López, 2015, p.3).

Asimismo Zeithaml y Bitner. (2002) Sostienen que las empresas que ofertan llámese un bien o un servicio es fundamental sean de calidad, la percepción de los consumidores, está basado en la calidad que esta última brinda la calidad del servicio es la base fundamental que predomina en la decisión del consumidor, cuando una organización ofrece un producto físico u ofrece un brindar un servicio este debe ser de buena calidad o un servicio que agrade al cliente de manera que este satisfaga sus necesidades.

Villalba, (2013), las características son elementos que definen calidad del servicio de un bien o servicio, a partir de ello los consumidores son quienes definen a través de su desempeño esto puedo satisfacer o no las expectativas.

Alcaide. (2016) sostiene que un bien o servicio de alta calidad, sera capaz de sobrepasar los deseos, gustos, expectativas y necesidades del consumidor.

Según Alonso, V., Salazar, J.(2016) afirman que las organizaciones deben tener conocimientos a quienes va dirigido el producto o servicio que estas ofertando, estos deben estar diseñados a sobrepasar las expectativas de manera que este impresione al consumidor, ademas las empresas deben buscar tener relacion intrinseca con el consumidor antes y despues del consumo es con esta relacion se buscara tener conocimiento si el bien o servicio se ajusto a sus gustos y necesidades.

Podemos decir que la aceptación de un bien o servicio es criterio del cliente es así que la calidad será determinado o medido por el grado o nivel que el usuario persuade. La calidad del servicio va más allá de satisfacer las necesidades el reto de las compañías es lograr s que el consumidor lo realice de manera continua. Para lograrlo las compañías deben contar con personal capacitado y comprometido a brindar un buen servicio.

A continuación mencionaremos lo modelos más resaltantes de la primera variable

Modelo Grönroos.- Conocido como el modelo Nórdico este modelo fue creado por

Christian Grönroos que fue un pionero en la escuela de gestión de servicios y el marketing en 1984 propone un modelo que integra la calidad del servicio en función a tres componentes.

Calidad técnica.- refiere al “que” este representa al servicio recibido por los usuarios como consecuencia de la compra según su creador este aspecto tiene carácter objetivo

Calidad funcional.- este componente refiere al “como” el usuario recibe y experimenta el servicio esto lo relaciona con la forma como se prestó el servicio a los clientes por los colaboradores del establecimiento.

La imagen corporativa.- este componente representa a como el consumidor percibe a la compañía a través del servicio que brinda y si esta afecta a la percepción lo asocia a la imagen que se forma en la organización ya sea por su experiencia previa o por la comunicación que haya recibido este último componente tiene la función de filtro de las anteriores dimensiones.

Grönroos afirma que el hábito de la calidad es influida por el perfil corporativo de la organización y los componentes que complementan son: la calidad técnica que se enfoca a un resultado favorable, se ocupa a todo lo concerniente a las elementos físicos y tangible de la empresa es decir la calidad técnica está centrada en la imagen y la calidad funcional se ocupa de como los clientes deben ser tratados durante el proceso de la adquisición de un bien o servicio. (Torres Samuel & Vasquez Stanescu, 2015 p. 63)

Dentro de la limitaciones podemos mencionar que este modelo se basa unicamente en la actitud de los prestadores del servicio. Mas no considera los demas atributos que participan en la organización.

Modelo Service Quality.- conocido como modelo SERVQUAL, cuyos autores creadores son Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985, 1988) los autores pusieron la mira en la disconformidad de los usuarios para poder desarrollar un instrumento de medición de la calidad partieron al igual que Grönroos de la calidad del servicio percibido. Los autores denominaron al instrumento desarrollado SERVQUAL el cual permite mediante la medición de las expectativas y percepciones medir la calidad que se brinda en el servicio. En 1988 con algunas críticas los autores apoyados de una investigación cuantitativa realizaron estudio estadísticos de análisis logrando simplificar el modelo anterior de diez (10) dimensiones a cinco (5) dimensiones específicas, siendo las siguientes: Empatía, la cual resalta la personalización en la atención desde la organización al cliente final Fiabilidad, que resalta el brindar un servicio de manera

cuidadosa y fiable, Seguridad, la cual se centra en la capacidad de los colaboradores de la compañía para transmitir a los usuarios esa perspectiva, Capacidad de respuesta, que no es otra cosa de mostrar pre disposición de los colaboradores con esmero para con el cliente y los elementos tangibles, que es la cara de visible de la compañía como lo son los elementos tangibles e intangibles que puede percibir el cliente mediante la vista.. Los instrumentos son muy utilizados para realizar estudios en diversos tipos de servicios, además pueden ser utilizados durante el proceso o posterior a la realización del servicio (Duque, 2005 p. 71).

En tanto el Modelo Service performance SERPERF.- Este modelo nace a raíz de críticas al modelo SERVQUAL sus creadores Cronin y Taylor en 1992 proponen un nuevo modelo alternativo de medición. Este modelo exclusivamente se basa en la sensación de los consumidores y descarta las expectativas del cliente tomando más énfasis al consumidor y no considerando las expectativas para ello utilizan una escala similar al SERVQUAL emplea sus 22 ítems y solo evalúa las percepciones.

Una de las principales falencias de este modelo es no considerar las esperanza del cliente además de ser un modelo que evalúa durante la entrega y no se evaluar posterior al proceso de la adquisición del bien o servicio (Torres & Vasquez , 2015 p.66)

Considerando los antecedentes de la gran mayoría de investigadores para esta investigación se empleara el modelo SERVQUAL para obtener la opinión de los potenciales clientes y como de los esporádicos.

Por lo que se refiere a satisfacción del cliente existe estudios teóricos que a continuación mencionaremos

(Westbrook & Oliver, 1981 p, 94-99) interpretaron que la satisfacción es el aspecto del afecto. En la dependencia con sus evaluaciones de resultados, los clientes pueden experimentar diversos grados de impresión o conmoción. Los resultados evaluados favorablemente se asocian con sentimientos agradables, y los resultados evaluados desfavorablemente con el infortunio, disgusto o arrepentimiento. Además, la noción de satisfacción implica cierto grado de conformidad en que el cliente está más o menos encariñado a duplicar el comportamiento en cuestión dada la recurrencia de las circunstancias en la que se realizó inicialmente.

Asimismo Oliver (1997 p.13) señalo que la satisfacción del consumidor es una apreciación del consumidor que adquiere al momento de obtener un producto o servicio

este debe tener características que llenen sus expectativas. Las organizaciones deben proporcionar un valor agregado al desempeño que ofrece este debe ser congruente con el consumo, incluyendo niveles bajos o Cumplimiento de una manera formidable su gusto (Citado por Cote & Giese, 2014 p. 5)

La satisfacción del consumidor obedece al desempeño de cómo la empresa entrega un bien, en relación con la oportunidad deseada del usuario, el cliente se sentirá disgustado si el fin del producto no concuerda con la esperanza que este tenía. El consumidor estará satisfechos si la misión de producto lo complace. Kotler & Armstrong (2007 p, 14).

En la actualidad las organizaciones hacen cualquier cosa para mantener a los clientes satisfechos ya que depende de la satisfacción para que los clientes hagan compras repetitivas, la estrategia de las organizaciones es mantenerlos fidelizados. Es que además de mantenerlos fieles, logran tener un marketing de boca a boca donde los cliente comparten con otras personas sus buenas experiencias del producto o servicio adquirido.

Así pues en la actualidad existen diversos estudios que miden la satisfacción del cliente, a continuación mencionaremos los modelos más utilizados.

Modelo de Kano.- Propuesto por el profesor japonés Noriaki Kano y sus colegas en 1984 dentro de sus principales ideas la importancia de encontrar el impacto del rendimiento de cada atributo en la satisfacción del cliente, considera tres (3) atributos.

Atributos Básicos.- se encuentran las características mínimas del cliente (insatisfechos o imprescindibles)

Atributos de Rendimiento.- producen satisfacción o insatisfacción

Atributos de Excitación.- pueden producir satisfacción cuando se entrega pero no provoca insatisfacción si no se entrega

Este modelo es un instrumento de mucha ventaja para percibir su estado de ánimo de los consumidores de un bien o servicio y satisfacer sus necesidades. Ismail Wilson & Darshak A, (2015 p. 2485)

Modelo Swedish Customer Satisfaction Barometer” (scsb).- planteada por Fornell en el 1992. Basado en el conocimiento de (Hirschman, 1970) “exit-voice” por lo que plantea que el cliente satisfecho con los bienes o servicios de una compañía solo puede

tener dos tipos de conducta: dejar de comprar o hacer oír su insatisfacción a la empresa a través de reclamos o quejas. Dimensiones: reclamaciones del cliente, lealtad, expectativas y rendimiento percibido. (Ospina & Gil 2011p.42)

Modelo Acsi.- (American Customer Satisfaction Index) fue desarrollado por Fornell en 1994 teniendo como referencias al modelo anterior “Swedish Customer Satisfaction Barometer” (SCSB) con la diferencia que agrega una nueva dimencion la calidad del percibida y plantea una cobinacion entre la calidad y funcional del modelo Europeo de Grönroos, finalmente redefiniendo a dos dimensiones la primera como los requisitos que cumple la empresa y la segunda es el grado de la empresa es confiable y libre de errores. Trabaja en base a cinco dimensiones expectativas, calidad percibida, valor percibido, satisfaccion y lealtad. (Ospina & Gil 2011 p.43).

Al respecto Castillo (2005 p. 1-12) menciona que las expectativas de los clientes necesidades, expectativas así como las percepciones deben ser recogidas y canalizadas para establecer y mejorar la calidad que se brinda en el servicio, la percepción lo valora como el cliente estima que la empresa está cumpliendo con la entrega del servicio y este se valora lo que recibe. La expectativa del cliente lo define lo que se espera que sea el servicio que entrega la empresa.

Para la presente investigacion se utilizara la escala multidimensional SERVQUAL donde las mismas dimensiones. Mediran las variables en estudio.

A continuación se procede a formular los problemas en estudio.

Problema General.

Qué relación existe entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos S. A. C., Callao 2019?

Problemas Específicos.

¿Qué relación existe entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos S. A. C., Callao 2019?

¿Qué relación existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos S. A. C., Callao 2019?

¿Qué relación existe entre la seguridad y la satisfacción del cliente en la empresa

Terminales Portuarios Peruanos S. A. C., Callao 2019?

¿Qué relación existe entre la empatía y la satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos S. A. C., Callao 2019?

¿Qué relación existe entre los elementos tangibles y la satisfacción de cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos S. A. C., Callao 2019?

Justificación del Estudio.

Teórico

Teóricamente este estudio se justifica porque se asume las teorías actualizadas sobre las variables en estudio. Asimismo estas permitieron redactar el marco teórico y metodológico así como el diseño y la aplicación del instrumento de la investigación.

Práctico

El estudio se encuentra justificado en la práctica considerando que a través de la opinión de los clientes se buscara alternativas para resolver los problemas que presenta referentes a calidad del servicio como a la satisfacción que se debe generar en el cliente.

Metodológico

En cuanto a la investigación metodológica se justifica porque se propone dos (2) instrumentos que serán empleados para diagnosticar las variables en estudio. Asimismo estos cuestionarios podrán ser aprovechados por investigadores, colegios y profesionales en las futuras investigaciones.

A continuación presentaremos el planteamiento del objetivo general y los específicos

Determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos S. A. C., Callao 2019?

Establecer la relación entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos S. A. C., Callao 2019.

Establecer la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la

empresa Terminales Portuarios Peruanos S. A. C., Callao 2019.

Establecer la relación entre seguridad y la satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos S. A. C., Callao 2019

Establecer la relación entre empatía y la satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos S. A. C., Callao 2019

Establecer la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos S. A. C., Callao 2019

Se plantea la hipótesis general y las específicas misma que servirán para definir si las variables y sus dimensiones tienen relación o no se relacionan entre sí

Hi: Existe una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos S. A. C., Callao 2019

Ho: No existe una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos S. A. C., Callao 2019.

Existe una relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos S. A. C., Callao 2019.

Existe una relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos S. A. C., Callao 2019

Existe una relación significativa entre la seguridad y la satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos S. A. C., Callao 2019.

Existe una relación significativa entre la empatía y la satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos SAC, S. A. C., Callao 2019.

Existe una relación significativa entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos S. A. C., Callao 2019.

II. MÉTODO

2.1. Enfoque tipo y diseño de Investigación

El enfoque es cuantitativo, ya que se utiliza un proceso estadístico que miden las variables y prueban las hipótesis. Según (Hernandez, Fernandez & Baptista 2014 p.4) por medio de un proceso estadísticos se prueba las hipótesis y se establece pautas teóricas.

Además el tipo de investigación es aplicada debido a que se utilizara las teorías y el conocimiento científico para buscar alternativa de solución a los problemas planteados. Según Lozada (2014) sostiene que “la investigación aplicada busca aplicar el conocimiento directamente a los problemas de la sociedad basándose en el proceso entre la teoría y los productos”

Asimismo el diseño empleado, no experimental según (Hernández, Fernandez & Baptista 2014 p. 152-158) “Se denomina no experimental porque el investigador solo observa los sucesos mas no manipula las variables de estudio es decir estas son estudiadas en el estado en el que se encuentran”. De corte transversal porque se estudian las variables y recopilan la información en un tiempo determinado. Correlacional por que se describen aquella relación que existe entre cada una de las variables.

2.2. Variables y Operacionalización.

Variable 1: Calidad del servicio

Definición conceptual.

Parasuraman, Zeithaml y Berry (1991) afirman que la calidad en el servicio es una valuación destinada que evidencia las emociones del consumidor, conforma el progreso general del consumidor referente la excelitud del servicio otorgado, el cual emerge de comparar las experiencias anteriores de los usuarios con las expectativas concerniente a la realización del servicio recibido. Relacionado todo señalan que el servicio de calidad se encuentra encaminado a las asignaciones que añaden interacciones entre los colaboradores y el cliente (Citado por Serrano & López, 2015, p.3).

Variable 2: Satisfacción del cliente

Definición conceptual

El reflejo de la satisfacción en el consumidor obedece al desempeño de cómo la empresa entrega un bien, en relación con la oportunidad deseada del usuario, el cliente se sentirá disgustado si el fin del producto no concuerda con la esperanza que este tenía. El consumidor estará satisfechos si la misión de producto lo complace. Kotler & Armstrong (2007 p, 14)

Tabla 1:

Operacionalización de la variable Calidad de Servicio

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala y Valores	Niveles y Rangos
Fiabilidad	Atención Promesa Control Eficiente	1, 2, 3, 4, 5	Totalmente en desacuerdo (1)	Deficiente (22 al 44)
Capacidad de respuesta	Inquietud Soluciones Disposición	6, 7, 8	En desacuerdo (2)	Regular (45 al 66)
Seguridad	Confianza Señalización Garantía	9, 10, 11, 12	Ni de acuerdo ni desacuerdo (3)	Bueno (67 al 88)
Empatía	Comprensión Información Expectativas	13, 14, 15, 16	En acuerdo (4)	Excelente (89-110)
Elementos Tangibles	Instalaciones Ambiente Medios de comunicación	17, 18, 19, 20, 21, 22	Totalmente de acuerdo (5)	

Tabla 2:

Operacionalización de la variable Satisfacción del cliente.

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala y Valores	Niveles y Rangos
Fiabilidad	Atención Promesa Control Eficiente	1, 2, 3, 4, 5	Totalmente en desacuerdo (1)	Muy insatisfechos (22 al 44)
Capacidad de respuesta	Inquietud Soluciones Disposición	6, 7, 8	En desacuerdo (2)	Insatisfecho (45 al 66)
Seguridad	Confianza Señalización Garantía	9, 10, 11, 12	Ni de acuerdo ni desacuerdo (3)	Satisfecho (67 al 88)
Empatía	Comprensión Información Expectativas	13, 14, 15, 16	En acuerdo (4)	Muy Satisfecho (89-110)
Elementos Tangibles	Instalaciones Ambiente Medios de comunicación	17, 18, 19, 20, 21, 22	Totalmente de acuerdo (5)	

2.4. Población muestra

Tamayo (2003) define como población a la totalidad de fenómenos que participan de un estudio o investigación, en síntesis podemos decir que es un conjunto de personas, animales u objetos que pueden ser cuantificados para materia de estudio. Para la presente investigación de la empresa Terminales portuarios peruanos se consideró una población de 220 empresas de transportes que utilizaron los servicios durante el mes de septiembre del año 2019

A continuación en la siguiente tabla se detalla la población.

Tabla 3:

Representación de la población

Agosto 2019	Total
Empresa de transportes que utilizaron los servicios de la empresa Terminales Portuarios Peruanos SAC	220
Total	220

Fuente: Terminales Portuarios Peruanos

Además se denomina muestra a una parte de la población en la que se recolectará datos, esta parte deberá reflejar los rasgos que definen a la población del que fue extraída. Hernández et al (2014 p.175)

Asimismo el muestreo aplicado es no probabilístico aleatorio simple, donde todos los participantes que conforman el conjunto de la población no dependen de la probabilidad si no de las particularidades de la investigación planteada (Hernández et al 2014 p.176) para establecer la muestra y aplicar el cuestionario se utilizó la fórmula matemática de cálculo de muestra. Para ello se utilizó los siguientes criterios: confianza 95%, error 5%, valor de $p = 0.50$ y $q = (1-p) = 0.50$. Reemplazando los valores a la fórmula se ha determinado que la muestra es de 141 transportistas que utilizaron los servicios en TPP en el mes de Septiembre del año 2019.

Fórmula empleada para determinar la muestra

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

n = Tamaño de la muestra

z = Nivel de confianza deseado = 1.96

p = Proporción de la población con la característica deseada (éxito) = 0.50
q = Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso) = 0.50
e = Nivel de error = 5%
N = Tamaño de la población = 220

Tabla 4:

Distribución de la muestra

Agosto 2019	Total
Transportistas que utilizaron los servicios de la empresa	141
Terminales Portuarios Peruanos SAC	
Total	141

Fuente: Terminales Portuarios Peruanos.

2.5. Técnica e instrumento de recolección de datos, confiabilidad y validez

Teniendo en consideración que el objetivo de la investigación es obtener información que permita medir el servicio y la calidad de este así como la satisfacción del usuario en este caso el cliente, se hizo uso de la técnica psicosomática aplicando una encuesta. Se aplicara como instrumento de medición el cuestionario el tipo empleado es modelo Likert consta de 5 escalas de medición, ambos cuestionarios están compuesta por 22 ítems cada uno, este instrumento nos permitirá recolectar información de cómo el cliente percibe el servicio que recibe en TPP.

Tabla 5:

Cuestionario para medir la Calidad del servicio (Expectativas)

FICHA TÉCNICA	
Autor:	Escala Multidimensional SERVQUAL Castillo E. (Adaptado. Vilcarromero, Manuel)
Año:	2005
Objetivo:	Recopilar información lo que espera el cliente de la empresa
Administración:	Individual
Tiempo:	25 minutos
Elaboración Propia	

Tabla 6:

Cuestionario para medir la Satisfacción del cliente (percepciones)

FICHA TÉCNICA	
Autor:	Escala Multidimensional SERVQUAL Castillo E. (Adaptado. Vilcarromero, Manuel)
Año:	2005
Objetivo:	Recopilar información de la valoración del cliente posterior a la realización de un servicio
Administración:	Individual
Tiempo:	25 minutos
Elaboración Propia	

Carrasco (2016) Sostiene que la confiabilidad es la capacidad de obtener resultados similares en distintas fechas aplicando un mismo instrumento de medición (p. 339). Para determinar la confiabilidad de los instrumentos se realizó el análisis de fiabilidad mediante el SPSS V.23 método Alfa de Crombach. Con una prueba piloto de 10 clientes. Se efectuó la medición de la consistencia de los instrumentos, lo que permite ver el grado de relación y equivalencia de cada variable.

De las pruebas de confiabilidad realizadas a ambas variables de estudio arrojaron los siguientes resultados:

Tabla 7:

Tabla de Confiabilidad – Alfa de Cronbach

Cuestionario	Nº ítems	Alfa de Cronbach
Calidad del servicio	22	0,922
Satisfacción del cliente	22	0,959

Fuente: Elaboración propia.

El resultado de la tabla 7 muestra que para la variable calidad de servicio se cuenta con 0.922 lo que significa que cuenta con una alta confiabilidad al igual que la satisfacción del cliente arroja 0.959.

Validez

Según Hernández et al (2014 p.200), la validez es el nivel de eficacia de los instrumentos que serán empleados en medir la calidad del servicio así como la variable de satisfacción del cliente, la validez de estos instrumentos está respaldada por el juicio de expertos de docentes de la Universidad César Vallejo:

Dr. Manuel Alberto Morí Paredes

Mg. Luis Dios Zarate

Mg. Hans Mejía Guerrero

Tabla 8:

Validación del instrumento: calidad del servicio.

	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Total
Coherencia	Si	Si	Si	Si
Pertinencia	Si	Si	Si	Si
Relevancia	Si	Si	Si	Si

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 9:

Validación del instrumento: satisfacción al cliente

	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Total
Coherencia	Si	Si	Si	Si
Pertinencia	Si	Si	Si	Si
Relevancia	Si	Si	Si	Si

Fuente: Elaboración propia.

2.6.Procedimientos

Para el desarrollo de la presente estudio se siguió los siguientes procedimientos para recolección de los datos se aplicó dos (2) cuestionarios de veintidós (22) ítems, uno para cada variable de estudio. Los resultados fueron ingresados a una base de datos en Microsoft Excel limpio y libre de errores. Para el análisis estadístico se seleccionó el programa Spss v.23, se inicia la ejecución del programa analizando descriptivamente los datos por variable, se procede a visualizar que los datos estén correctamente ingresados, se evalúa la confiabilidad y validez de los instrumentos de medición, se realiza el análisis inferencias para probar las hipótesis de estudio como último paso se preparan los resultados en tablas y figuras.

2.7. Método de análisis

El método utilizado es el hipotético deductivo, se aplicaron los instrumentos a la muestra de investigación que es la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Para la prueba

de hipótesis se utilizó el programa Spss v.23 haciendo uso de Chi Cuadrado empleado la tabla teórica y tabular del Chi Cuadrado.

Se propone los puntos de intervalo según variable de estudio para el análisis de datos.

Calidad del Servicio

$22 \times 5 = 110$	22-44	deficiente
$22 \times 1 = 22$	45-66	regular
$110 - 22 = 88$	67-88	bueno
$88/4 = 22$	89-110	excelente

Satisfacción del Cliente

$22 \times 5 = 110$	22-44	muy insatisfecho
$22 \times 1 = 22$	45-66	insatisfecho
$110 - 22 = 88$	67-88	satisfecho
$88/4 = 22$	89-110	muy satisfecho

2.8. Aspectos éticos

Dentro de los aspectos éticos se considera de suma importancia respetar a los autores que son los propietarios intelectuales dándoles los créditos correspondientes, se protegió la identidad de los individuos que participaron en la encuesta aplicando de manera anónima La información ha sido correctamente procesados para poder presentar un resultado veras y confiable.

III. RESULTADOS

3.4. Análisis descriptivo

Calidad del servicio

Tabla 10:

Niveles de percepción de la calidad del servicio

		Frecuencia	Porcentaje
		(fi)	(%)
Válido	Deficiente	3	2,1
	Regular	22	15,6
	Bueno	67	47,5
	Excelente	49	34,8
	Total	141	100,0

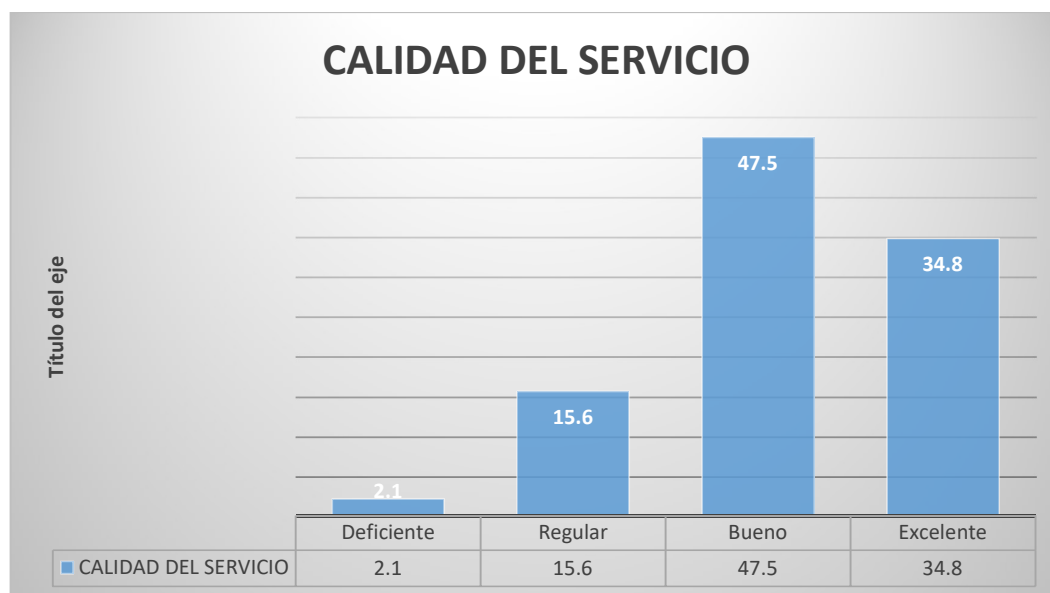


Figura 1: Niveles de percepción de la calidad del servicio

Si observamos la figura 1 y la tabla 10, los clientes perciben que el servicio brindado es deficiente en un 2.1%, el 15.6 % regular, el 47.5 % bueno y el 34.8 % excelente.

Fiabilidad

Tabla 11:

Niveles de percepción de la dimensión fiabilidad

		Frecuencia	Porcentaje
		(fi)	(%)
Válido	Deficiente	10	7,1
	Regular	47	33,3
	Bueno	58	41,1
	Excelente	26	18,4
	Total	141	100

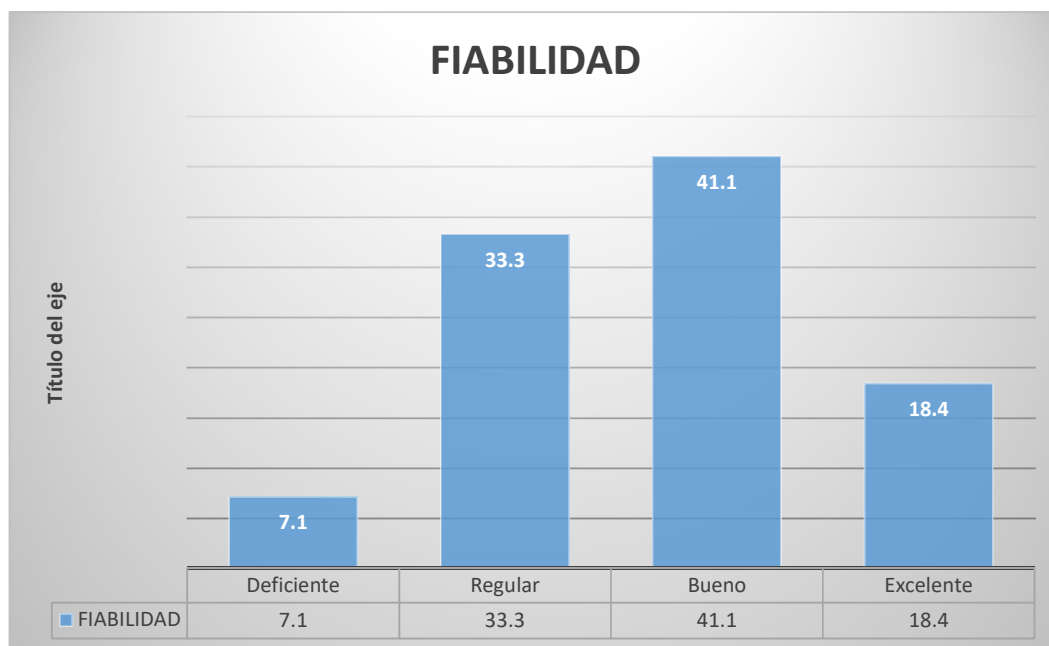


Figura 2: *Niveles de percepción de la dimensión fiabilidad*

Observando la figura 2 y la tabla 11, los clientes perciben que la fiabilidad es deficiente en un 7.1, el 33.3 % regular, el 41.1 % bueno y el 18.4 % excelente.

Capacidad de respuesta

Tabla 12:

Niveles de percepción de la dimensión capacidad de respuesta

		Frecuencia	Porcentaje
		(fi)	(%)
Válido	Deficiente	11	7,8
	Regular	34	24,1
	Bueno	52	36,9
	Excelente	44	31,2
	Total	141	100,0

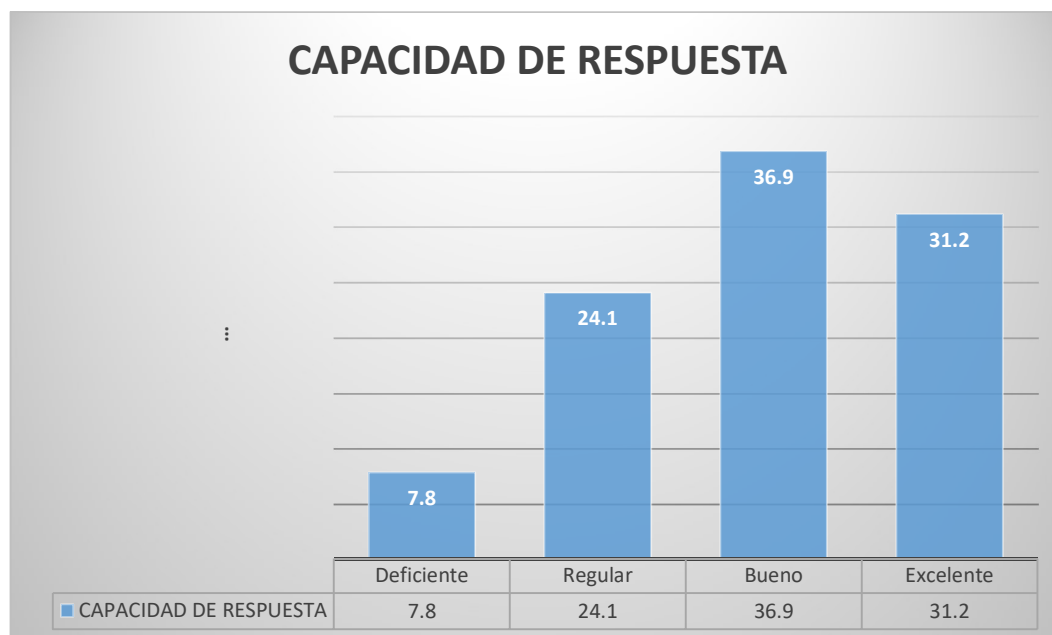


Figura 3: *Niveles de percepción de la dimensión capacidad de respuesta*

Observando la figura 2 y la tabla 12, los clientes perciben que la capacidad de respuesta es deficiente en un 7.8%, el 24.1 % regular, el 36.9 % bueno y el 31.2 % excelente.

SEGURIDAD

Tabla 13:

Niveles de percepción de la dimensión seguridad

		Frecuencia	Porcentaje
		(fi)	(%)
Válido	Deficiente	6	4,3
	Regular	24	17,0
	Bueno	58	41,1
	Excelente	53	37,6
	Total	141	100,0

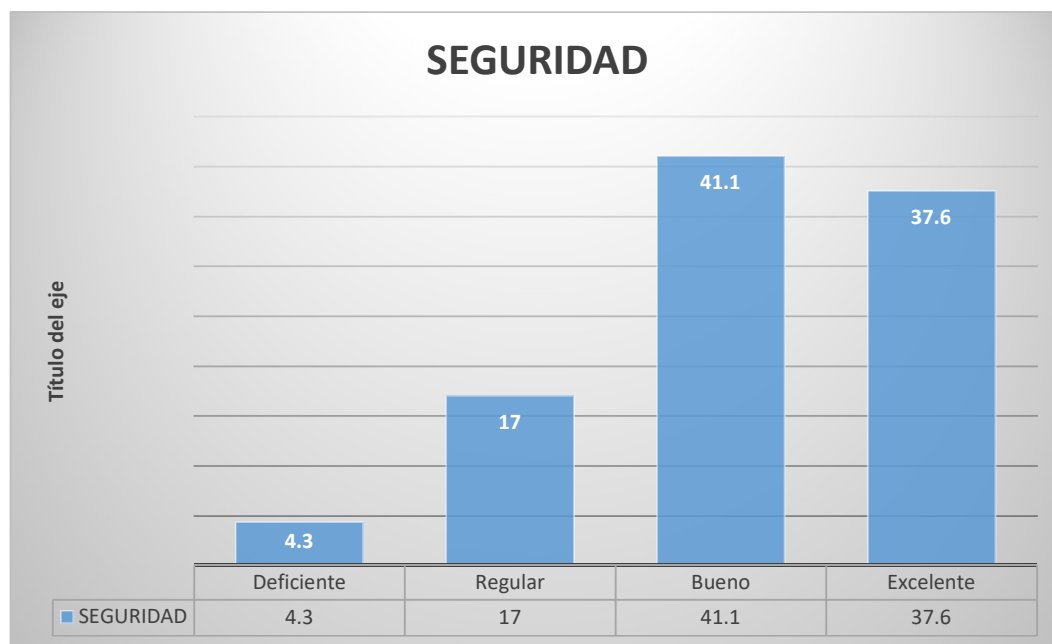


Figura 4: *Niveles de percepción de la dimensión seguridad*

Observando la figura 4 y tabla 13, los clientes perciben que la seguridad es deficiente en un 4.3%, el 17 % regular, el 41.1 % bueno y el 37.6 % excelente.

EMPATÍA

Tabla 14:

Niveles de percepción de la dimensión empatía

		Frecuencia	Porcentaje
		(fi)	(%)
Válido	Deficiente	3	2,1
	Regular	29	20,6
	Bueno	60	42,6
	Excelente	49	34,8
	Total	368	100,0

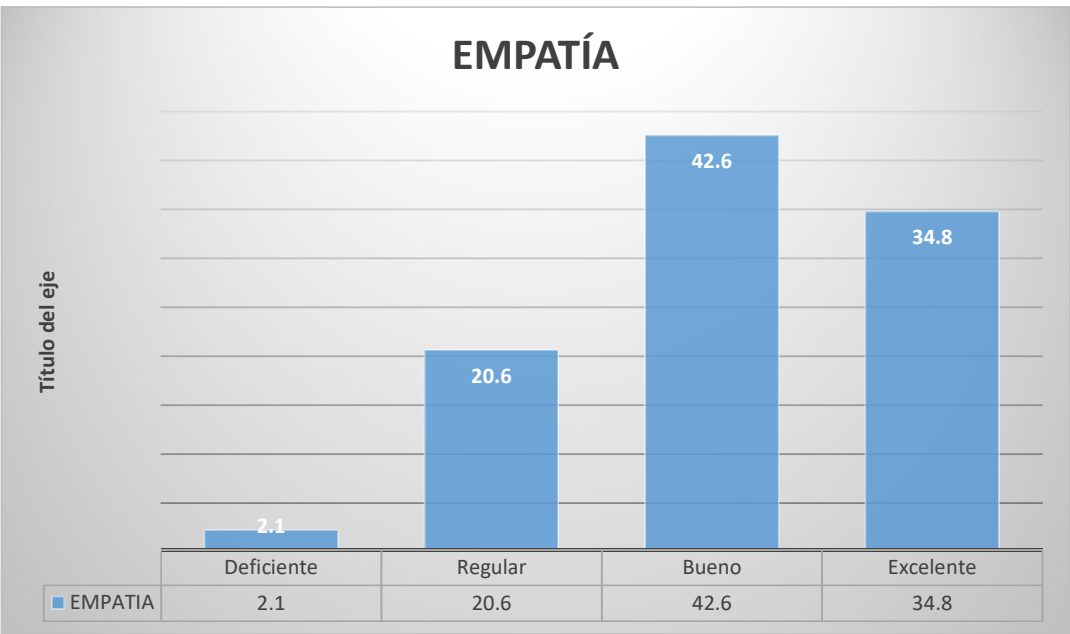


Figura 5: *Niveles de percepción de la dimensión empatía*

Observando la figura 5 y tabla 14, los clientes perciben que la empatía es deficiente en un 2.1%, el 20.6 % regular, el 42.6 % bueno y el 34.8 % excelente.

ELEMENTOS TANGIBLES

Tabla 15:

Niveles de percepción de la dimensión elementos tangibles

		Frecuencia	Porcentaje
		(fi)	(%)
Válido	Deficiente	2	1,4
	Regular	25	17,7
	Bueno	58	41,1
	Excelente	56	39,7
	Total	141	100,0

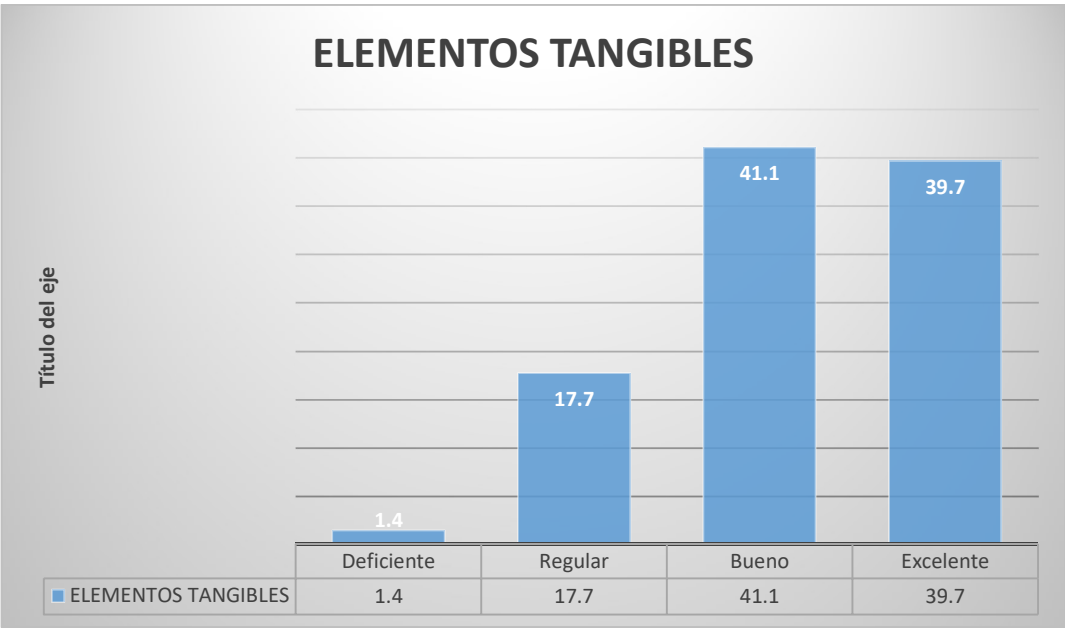


Figura 6: *Niveles de percepción de la dimensión elementos tangibles.*

Observando la figura 6 y tabla 15, los clientes perciben que los elementos tangibles son deficientes en 1.4%, el 17.7 % regular, el 41.1 % bueno y el 39.7 % excelente.

Tabla 16:

Importancia de las dimensiones de calidad según los clientes de TPP

Dimensión	Media	Absoluto		
		Desviación estándar	Valor absoluto	Valor Relativo
Fiabilidad	16.83	4.081	4.081	5.081
C. de Respuesta	14.52	3.828	3.828	4.828
Seguridad	15.42	3.379	3.379	4.379
empatía	18.89	4.05	4.05	5.05
E. tangibles	15.62	3.111	3.111	4.111

Si observamos detenidamente podemos observar en la Tabla 16 los clientes de TPP consideran de mayor importancia a la dimensión empatía con un porcentaje de 18.89%, mientras que la dimensión capacidad de respuesta es la menos apreciada con 14.52%.

Tabla 17:

Comparación de calidad absoluta y calidad relativa de los clientes de TPP

Importancia	Porcentaje	Calidad absoluta	Valor	Calidad relativa	Valor
Fiabilidad	22.12	Fiabilidad	4.081	Fiabilidad	5.081
C. Respuesta	20.75	C. Respuesta	3.828	C. respuesta	4.828
Seguridad	18.32	Seguridad	3.379	Seguridad	4.379
Empatía	21.95	Empatía	4.05	Empatía	5.05
E. tangibles	16.86	E. tangibles	3.111	E. tangibles	4.111

Si observamos detenidamente podemos observar en la Tabla 17 los clientes perciben a las dimensiones entre el 22.12% y el 16.86% también se aprecia que la dimensión fiabilidad es más valorada por los clientes. En tanto la dimensión elementos tangibles es la menos valorada.

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Tabla 18:

Niveles de satisfacción del cliente

		Frecuencia	Porcentaje
		(fi)	(%)
Válido	Muy insatisfecho	5	3,5
	Insatisfecho	32	22,7
	Satisfecho	74	52,5
	Muy satisfecho	30	21,3
	Total	141	100,0



Figura 7: *Niveles de satisfacción del cliente*

Observando la figura 7 y tabla 18, en cuanto a la satisfacción del cliente ellos se consideran muy insatisfechos en un 3.5%, el 22,7 % insatisfechos, el 52,5 % satisfechos y el 21,3 % muy satisfechos.

FIABILIDAD

Tabla 19:

Niveles de satisfacción de la dimensión fiabilidad

		Frecuencia	Porcentaje
		(fi)	(%)
Válido	Muy insatisfecho	6	4,3
	Insatisfecho	46	32,6
	Satisfecho	69	48,9
	Muy satisfecho	20	14,2
	Total	141	100,0

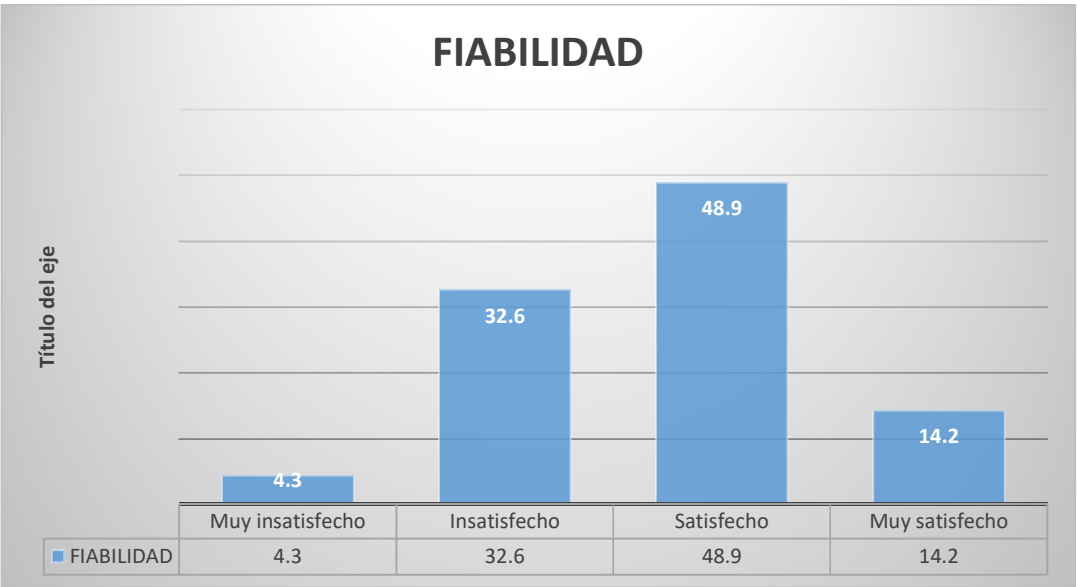


Figura 8: *Niveles de satisfacción de la dimensión fiabilidad*

Observando la figura 8 y tabla 19, en cuanto a la fiabilidad ellos se consideran muy insatisfechos en un 4.3. %, el 32.6 % insatisfechos, el 48.9 % satisfechos y el 14,2 % muy satisfechos.

CAPACIDAD DE RESPUESTA

Tabla 20:

Niveles de satisfacción de la dimensión capacidad de respuesta

		Frecuencia	Porcentaje
		(fi)	(%)
Válido	Muy insatisfecho	18	12,8
	Insatisfecho	46	32,6
	Satisfecho	59	41,8
	Muy satisfecho	18	12,8
	Total	141	100

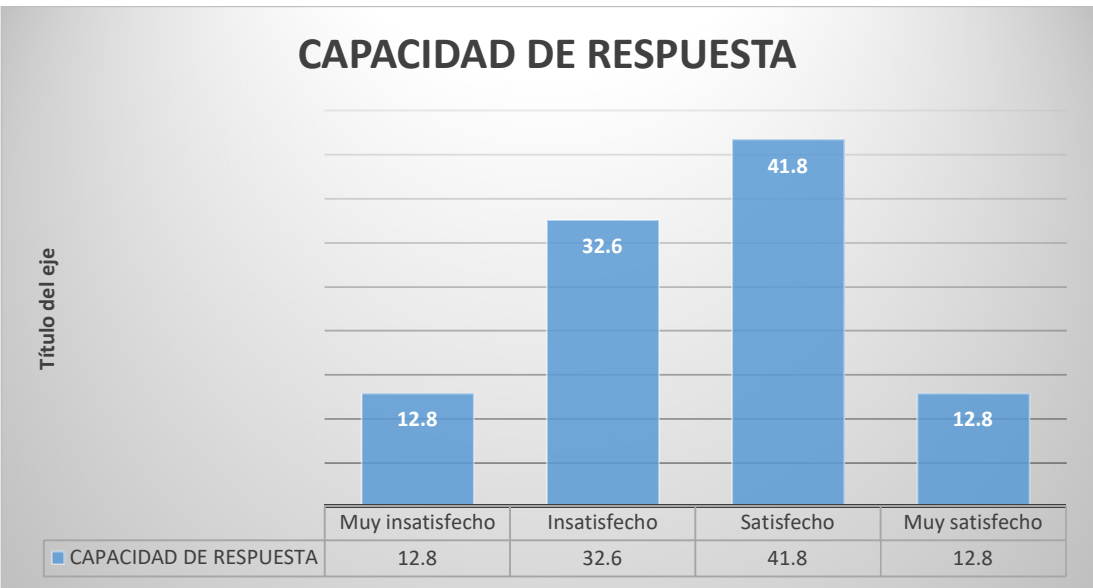


Figura 9: *Niveles de satisfacción de la dimensión capacidad de respuesta*

Observando la figura 9 y tabla 20, en cuanto a la capacidad de respuesta el 12.8 se consideran muy insatisfechos, mientras el 41,8 % satisfechos y el 12,8 % muy satisfechos.

SEGURIDAD

Tabla 21:

Niveles de satisfacción de la dimensión seguridad

		Frecuencia	Porcentaje
		(fi)	(%)
Válido	Muy insatisfecho	5	3,5
	Insatisfecho	36	25,5
	Satisfecho	65	46,1
	Muy satisfecho	35	24,8
	Total	141	100,0

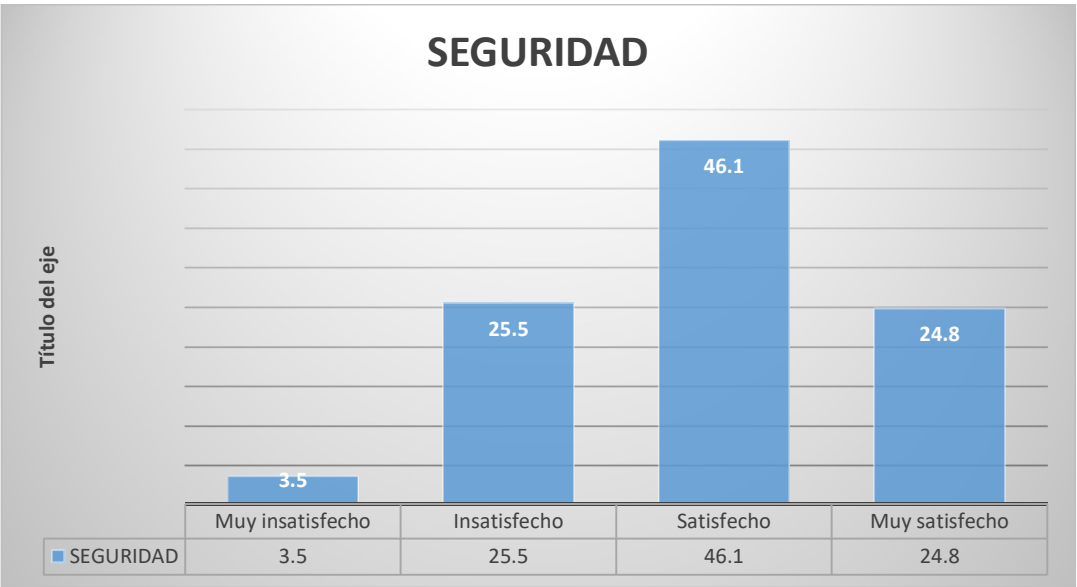


Figura 10: Niveles de satisfacción de la dimensión seguridad

Observando la figura 10 y tabla 21, en cuanto a la seguridad el 3.5% se siente muy insatisfecho, el 25,5 % insatisfechos, el 46,1 % satisfechos y el 24,8 % muy satisfechos.

EMPATÍA

Tabla 22:

Niveles de satisfacción de la dimensión empatía

		Frecuencia	Porcentaje
		(fi)	(%)
Válido	Muy insatisfecho	13	9,2
	Insatisfecho	47	33,3
	Satisfecho	52	36,9
	Muy satisfecho	29	20,6
	Total	141	100

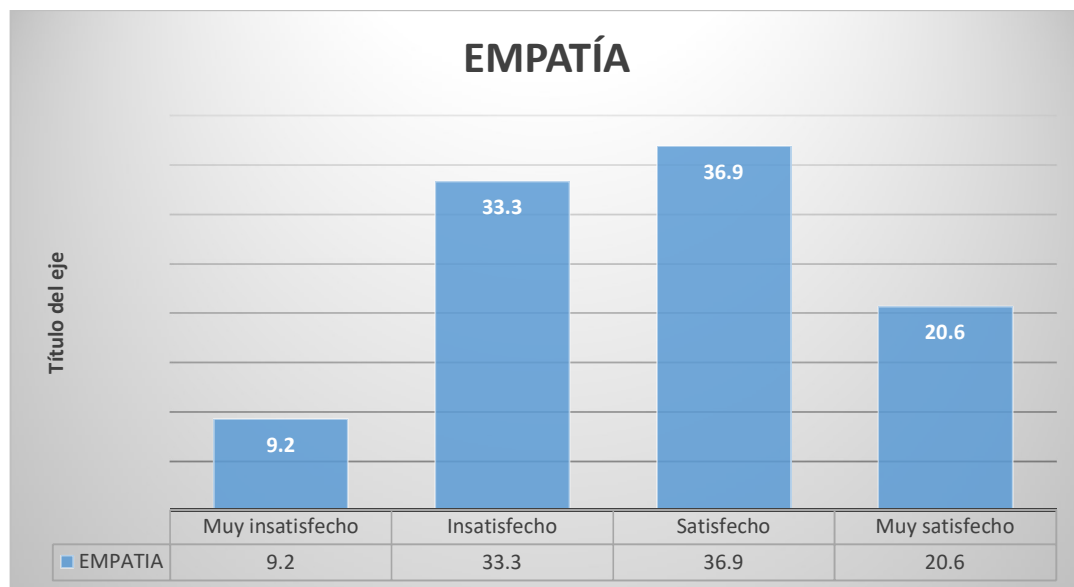


Figura 11: *Niveles de satisfacción de la dimensión empatía*

Observando la figura 11 y la tabla 22, en cuanto a empatía el 9.2% de los clientes se sienten muy insatisfechos, el 33,3 % insatisfechos, el 36,9 % satisfechos y el 20,6 % muy satisfechos.

ELEMENTOS TANGIBLES

Tabla 23:

Niveles de satisfacción de la dimensión elementos tangibles

		Frecuencia	Porcentaje
		(fi)	(%)
Válido	Muy insatisfecho	6	4,3
	Insatisfecho	38	27,0
	Satisfecho	65	46,1
	Muy Satisfecho	32	22,7
	Total	141	100,0

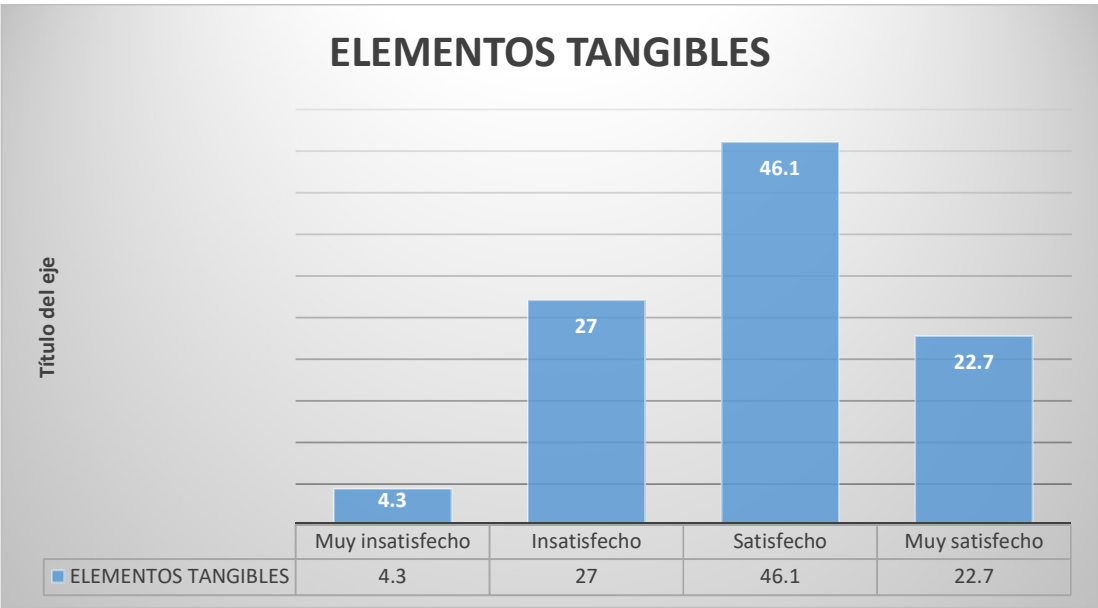


Figura 12: *Niveles de satisfacción de la dimensión elementos tangibles*

Observando la figura 12 y tabla 23, en cuanto a los elementos tangibles, el 4.3% de los clientes se siente insatisfecho, el 27 % insatisfechos, el 46.1 % satisfechos y el 22.7 % muy satisfechos.

Tabla 24:

Percepciones relativas de la satisfacción de los clientes.

Dimensión	Media	Absoluto		
		Desviación estándar	Valor absoluto	Valor Relativo
Fiabilidad	16.86	3.850	3.850	4.850
C. de Respuesta	12.89	3.602	3.602	4.602
Seguridad	14.59	3.389	3.389	4.389
Empatía	16.99	4.589	4.589	5.589
E. tangibles	14.26	3.322	3.322	4.322

Si observamos detenidamente podemos observar en la Tabla 24 los clientes de TPP consideran de mayor importancia a la dimensión fiabilidad con un porcentaje de 16.86%, mientras que la dimensión capacidad de respuesta en la menos apreciada con 12.89%.

Tabla 25:

Comparación de la satisfacción absoluta y la satisfacción relativa de los clientes de TPP

Importancia	Porcentaje	Satisfacción absoluta	Valor	Satisfacción relativa	Valor
Fiabilidad	20.87	Fiabilidad	3.85	Fiabilidad	4.85
C. de Respuesta	19.52	C. de Respuesta	3.602	C. de Respuesta	4.602
Seguridad	18.37	Seguridad	3.389	Seguridad	4.389
Empatía	24.87	Empatía	4.589	empatía	5.589
E. tangibles	18.01	E. tangibles	3.322	E. tangibles	4.322

Si observamos detenidamente la tabla 25 aprecia que el 24.87% de los clientes de TPP valoran a la dimensión empatía como las más adecuada, lo sigue la fiabilidad con 20.87% la capacidad de respuesta con un 19.52% y la menos valorada se encuentran las dimensiones capacidad de respuesta y elementos tangibles. 19.52 y 18.01 respectivamente.

Tabla: 26

Comparación entre calidad y satisfacción y brechas de los usuarios por dimensión calidad

Dimensión	Calidad absoluta	Satisfacción absoluta	Brecha absoluta	Calidad relativa	Satisfacción relativa	Brecha relativa
Fiabilidad	4.081	3.85	0.231	5.081	4.85	0.231
C. Respuesta	3.828	3.602	0.226	4.828	4.602	0.226
Seguridad	3.379	3.389	-0.01	4.379	4.389	-0.01
Empatía	4.05	4.589	-0.539	5.05	5.589	-0.539
E. tangibles	3.111	3.322	-0.211	4.111	4.322	-0.211

Si observamos detenidamente la tabla 26 se puede apreciar que al comparar los valores absolutos la calidad del servicio supera las percepciones de los clientes en las dimensiones seguridad, empatía y elementos tangibles.

Por otro lado la dimensión con menos insatisfacción corresponden a los elementos tangibles -0.211, empatía -0.539 y la dimensión seguridad con -0.01

En cuanto a los valores relativos que se aprecia una brecha de insatisfacción en las dimensiones fiabilidad 0.231 y la capacidad de respuesta 0.226.

Si la empresa pretende reducir la insatisfacción deberá poner énfasis en las dimensiones fiabilidad y capacidad de respuesta.

3.5.Prueba de hipótesis

3.5.1. Hipótesis General

Hi: Existe relación entre calidad del servicio y el nivel satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos SAC, Callao 2019

Ho: No existe relación entre calidad del servicio y el nivel satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos SAC, Callao 2019

Tabla 27:

Tabla de Contingencia entre las Variables

			Satisfacción del cliente				
			Muy insatisfecho	Insatisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho	Total
Calidad del servicio	Deficiente	Frecuencia	3	0	0	0	3
		Porcentaje	60,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,1%
	Regular	Frecuencia	1	15	5	1	22
		Porcentaje	20,0%	46,9%	6,8%	3,3%	15,6%
	Bueno	Frecuencia	0	16	47	4	67
		Porcentaje	0,0%	50,0%	63,5%	13,3%	47,5%
	Excelente	Frecuencia	1	1	22	25	49
		Porcentaje	20,0%	3,1%	29,7%	83,3%	34,8%
	Total	Porcentaje	5	32	74	30	141
		Porcentaje	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaborado por el autor, SPSS v.23

De acuerdo al resultado en la tabla 27 se aprecia que del 100% de la variable satisfacción cuyo nivel es muy insatisfecho el 60% es deficiente, el 20% es regular y el 20% es excelente de los niveles que corresponden a la variable calidad del servicio. Así mismo el 100% del nivel insatisfecho el 46.9% es regular, el 50% es bueno y el 3.1% es excelente. Seguidamente del 100% del nivel satisfecho el 6.8% es regular, el 63.5% es bueno y el 29.7% es excelente. Para culminar del 100% del nivel muy satisfecho el 3.3% es regular, el 13.3% es bueno y el 83.3% es excelente.

Tabla 28:

Prueba de Chi cuadrado entre las Variables

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	Gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	152,539 ^a	9	,000
Razón de verosimilitud	91,755	9	,000
Asociación lineal por lineal	58,051	1	,000
N de casos válidos	141		

a. 9 casillas (56.3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .11

Fuente: Elaborado por el autor, SPSS v.23

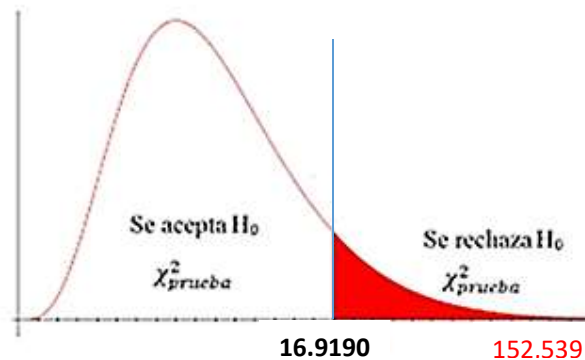


Figura 13: Zona De Aceptación Probabilística – Chí Cuadrado

Fuente: Elaborado por el autor, SPSS v.23

Interpretación: Considerando que $X^2_c (152.539) > X^2_t (19.9190)$ con 9 grados de libertad, por lo que se entiende que las variables son dependientes y guardan relación.

Hipótesis específica 1

Hi: Existe relación entre fiabilidad y la satisfacción del cliente en la empresa
Terminales Portuarios Peruanos SAC, Callao 2019

Ho: No existe relación entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente en la empresa
Terminales Portuarios Peruanos SAC, Callao 2019.

Tabla 29:

Tabla de Contingencia entre las Variables

		Fiabilidad				
			Muy insatisfecho	Insatisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho
Calidad del servicio	Deficiente	Frecuencia	3	0	0	0
		Porcentaje	50%	0,0%	0,0%	0,0%
	Regular	Porcentaje	1	15	5	1
		Frecuencia	16,7%	32,6%	7,2%	5,0%
	Bueno	Frecuencia	1	26	38	2
		Porcentaje	16,7%	56,5%	55,1%	10,0%
	Excelente	Porcentaje	1	5	26	17
		Frecuencia	16,7%	10,9%	37,7%	85,0%
	Total	Porcentaje	6	46	69	20
		Frecuencia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaborado por el autor, SPSS v.23

De acuerdo al resultado en la tabla 29 se aprecia que del 100% de la dimensión fiabilidad cuyo nivel es totalmente insatisfecho el 50% es deficiente, el 16.7% es regular, el 16.7% es bueno y el 16.7% es excelente de los niveles que corresponden a la variable calidad del servicio. Así mismo el 100% del nivel insatisfecho el 32.6% es regular, el 56.5% es bueno y el 10.9% es excelente. Seguidamente del 100% del nivel satisfecho el 7.2% es regular, el 55.1% es bueno y el 37.7% es excelente. Para culminar del 100% del nivel muy satisfecho el 5% es regular, el 10% es bueno y el 85% es excelente.

Tabla 30:

Prueba de Chi cuadrado entre las Variables

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	Gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	112,115a	9	,000
Razón de verosimilitud	64,676	9	,000
Asociación lineal por lineal	41,890	1	,000
N de casos válidos	141		

a. 8 casillas (50,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,13.

Fuente: Elaborado por el autor, SPSS v.23

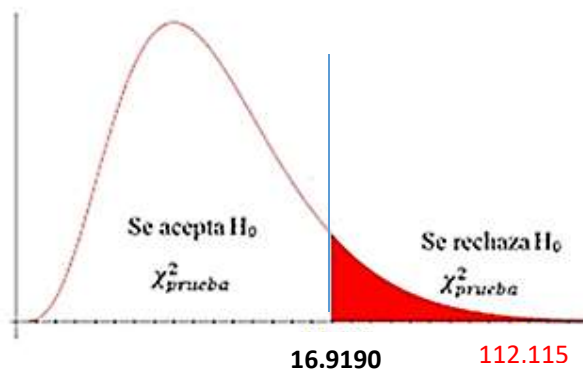


Figura 14: Zona De Aceptación Probabilística – Chí Cuadrado

Fuente: Elaborado por el autor, SPSS v.23

Interpretación: Considerando que $X^2_c (112.115) > X^2_t (16.115)$ con 9 grados de libertad, por lo que se entiende que las variables son dependientes y guardan relación.

Hipótesis específica 2

Hi: Existe relación entre la capacidad de respuesta y el nivel de satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuario Peruanos SAC, Callao 2019

Ho: No existe relación entre la capacidad de respuesta y el nivel de satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuario Peruanos SAC, Callao 2019

Tabla 31:

Tabla de Contingencia entre las Variables

			Capacidad de respuesta				
			Muy insatisfecho	Insatisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho	Total
Calidad del servicio	Deficiente	Frecuencia	3	0	0	0	3
		Porcentaje	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%	2,%
	Regular	Frecuencia	6	13	2	1	22
		Porcentaje	33,3%	28,3%	3,4%	5.6%	15,6%
	Bueno	Porcentaje	6	27	31	3	67
		Frecuencia	33,3%	58,7%	52,5%	16,7%	47,5%
	Excelente	Porcentaje	3	6	26	14	49
		Frecuencia	16,7%	13,0%	44,1%	77,8%	34,8%
Total		Frecuencia	18	46	59	18	141
		Porcentaje	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaborado por el autor, SPSS v.23

Interpretación: De acuerdo al resultado en la tabla 31 se aprecia que del 100% de la dimensión capacidad de respuesta cuyo nivel es muy insatisfecho 16.7% es deficiente, el 33.3% es regular, el 33.3% es bueno y el 16.7% es excelente de los niveles que corresponden a la variable calidad del servicio. Así mismo el 100% del nivel insatisfecho el 28.3% es regular, el 58.7% es bueno y el 13% es excelente. Seguidamente del 100% del nivel satisfecho el 3.4% es regular, el 52.5% es bueno y el 44.1% es excelente. Para culminar del 100% del nivel muy satisfecho el 5.6% es regular, el 16.7% es bueno y el 77.8% es excelente. Excelente. Del 100% de la dimensión capacidad de respuesta que se ubican en el nivel muy satisfecho corresponden al 5.6% del nivel regular de la variable calidad del servicio, el 16.7% bueno y el 77.8% al nivel excelente.

Tabla 32:

Prueba de Chi cuadrado entre las Variables

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	Gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	60,540a	9	,000
Razón de verosimilitud	54,5710	9	,000
Asociación lineal por lineal	37,027	1	,000
N de casos válidos	141		

a. 6 casillas (37,5%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,38.

Fuente: Elaborado por el autor, SPSS v.23

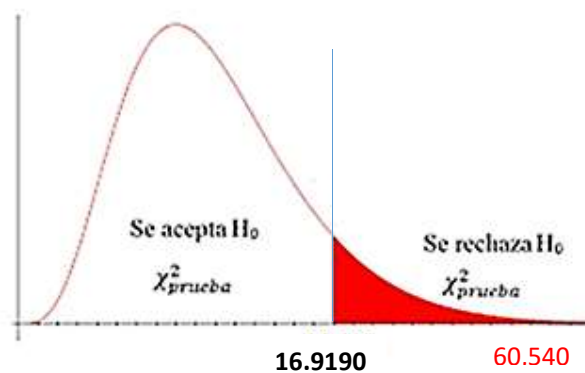


Figura 15: Zona De Aceptación Probabilística – Chí Cuadrado

Fuente: Elaborado por el autor, SPSS v.23

Interpretación: Considerando que $X^2_c (60.540) > X^2_t (16.9190)$ con 9 grados de libertad, por lo que se entiende que las variables son dependientes y guardan relación.

Hipótesis específica 3

Hi: Existe relación entre seguridad y el nivel de satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuario Peruanos SAC, Callao 2019.

Ho: No existe relación entre seguridad y el nivel de satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuario Peruanos SAC, Callao 2019.

Tabla 33:

Tabla de Contingencia entre las Variables

		Seguridad					
			Muy insatisfecho	Insatisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho	Total
Calidad del servicio	Deficiente	Frecuencia	3	0	0	0	3
		Porcentaje	60,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,1%
	Regular	Frecuencia	1	14	6	1	22
		Porcentaje	20,0%	38,9%	9,2%	2,9%	15,6%
	Bueno	Frecuencia	0	20	38	9	67
		Porcentaje	0,0%	55,6%	58,5%	25,7%	47,5%
	Excelente	Frecuencia	1	2	21	25	49
		Porcentaje	20,0%	5,6%	32,3%	71,4%	34,8%
Total	Frecuencia		5	36	65	35	141
	Porcentaje		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaborado por el autor, SPSS v.23

Interpretación: De acuerdo al resultado en la tabla 33 se aprecia que del 100% de la dimensión seguridad cuyo nivel es muy insatisfecho 60% es deficiente, el 20% es regular y el 20% es excelente de los niveles que corresponden a la variable calidad del servicio. Así mismo el 100% del nivel insatisfecho el 38.9% es regular, el 55.6% es bueno y el 5.6% es excelente. Seguidamente del 100% del nivel satisfecho el 9.2% es regular, el 58.5% es bueno y el 32.3% es excelente. Para culminar del 100% del nivel muy satisfecho el 2.9% es regular, el 25.7% es bueno y el 71.4% es excelente.

Tabla 34:

Prueba de Chi cuadrado entre las Variables

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	Gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	130,317a	9	,000
Razón de verosimilitud	71,882	9	,000
Asociación lineal por lineal	47,911	1	,000
N de casos válidos	141		

a. 7 casillas (43,8%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,11.

Fuente: Elaborado por el autor, SPSS v.23

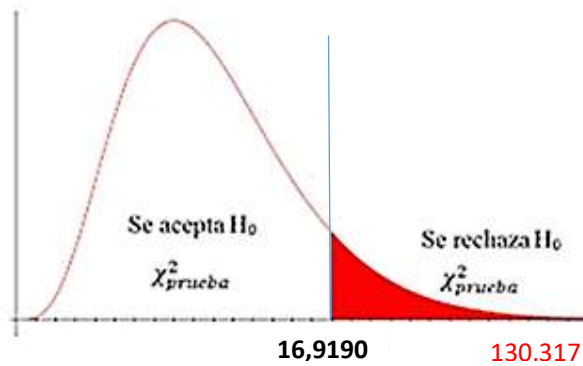


Figura 16: Zona De Aceptación Probabilística – Chí Cuadrado

Fuente: Elaborado por el autor, SPSS v.23

Interpretación: Considerando que X_{2c} (130.317) > X_{2t} (16.9190) con 9 grados de libertad, por lo que se entiende que las variables son dependientes y guardan relación.

Hipótesis específica 4

Hi: Existe relación entre empatía y el nivel de satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuario Peruanos SAC, Callao 2019.

Ho: No existe relación entre empatía y el nivel de satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuario Peruanos SAC, Callao 2019.

Tabla 35:

Tabla de Contingencia entre las Variables

		Empatía					
			Muy insatisfecho	Insatisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho	Total
Calidad del servicio	Deficiente	Frecuencia	2	1	0	0	3
		Porcentaje	15,4%	2,1%	0,0%	0,0%	2,1%
	Regular	Frecuencia	6	13	2	1	22
		Porcentaje	46,2%	27,7%	3,8%	3,4%	15,6%
	Bueno	Frecuencia	4	30	28	5	65
		Porcentaje	30,8%	63,8%	53,8	17,2%	47,5%
	Excelente	Frecuencia	1	3	22	23	49
		Porcentaje	7,7%	6,4%	42,3%	79,3%	34,8
Total	Frecuencia	13	47	52	29	141	
	Porcentaje	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaborado por el autor, SPSS v.23

Interpretación: De acuerdo al resultado en la tabla 35 se aprecia que del 100% de la dimensión empatía cuyo nivel es muy insatisfecho 15.4% es deficiente, el 46.2% es regular, el 30.8 es bueno y el 7.7% es excelente de los niveles que corresponden a la variable calidad del servicio. Así mismo el 100% del nivel insatisfecho el 2.1% es deficiente, el 27.7 es regular, el 63.8% es bueno y el 6.4% es excelente. Seguidamente del 100% del nivel satisfecho el 3.8% es regular, el 53.8% es bueno y el 42.3% es excelente. Para culminar del 100% del nivel muy satisfecho el 3.4% es regular, el 17.2% es bueno y el 79.3% es excelente.

Tabla 36:

Prueba de Chi cuadrado entre las Variables

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	Gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	72,447a	9	,000
Razón de verosimilitud	71,716	9	,000
Asociación lineal por lineal	52.590	1	,000
N de casos válidos	141		

a. 1 casillas (8,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 4,28.

Fuente: Elaborado por el autor, SPSS v.23

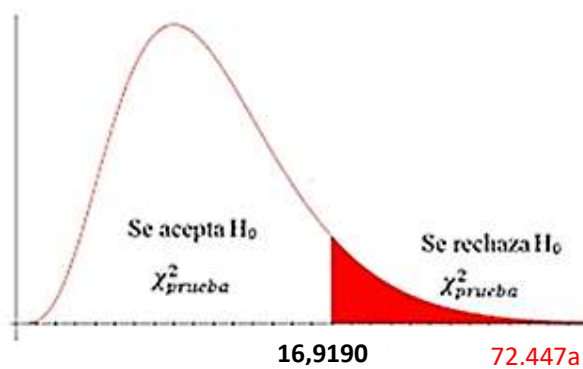


Figura 17: Zona De Aceptación Probabilística – Chí Cuadrado

Fuente: Elaborado por el autor, SPSS v.23

Interpretación: Considerando que $X_{2c} (130.317) > X_{2t} (16.9190)$ con 9 grados de libertad, por lo que se entiende que las variables son dependientes y guardan relación.

Hipótesis específica 5

Hi: Existe relación entre elementos tangibles y el nivel de satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuario Peruanos SAC, Callao 2019.

Ho: No existe relación entre elementos tangibles y el nivel de satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuario Peruanos SAC, Callao 2019.

Tabla 37:

Tabla de Contingencia entre las Variables

			Elementos tangibles				
			Muy insatisfecho	Insatisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho	Total
Calidad del servicio	Deficiente	Frecuencia	2	0	1	0	3
		Porcentaje	33,3%	0,0%	1,5%	0,0%	2,1%
	Regular	Frecuencia	2	14	5	1	22
		Porcentaje	33,3%	36,8%	7,7%	3,1%	15,6
	Bueno	Frecuencia	2	19	39	7	67
		Porcentaje	33,3%	50,0%	60,0	21,9	47,5
	Excelente	Frecuencia	0	5	20	24	49
		Porcentaje	0,0%	13,2%	30,8%	75,09%	34,8%
Total			6	38	65	32	141
			100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaborado por el autor, SPSS v.23

Interpretación: De acuerdo al resultado en la tabla 37 se aprecia que del 100% de la dimensión elementos tangibles cuyo nivel es muy insatisfecho 33.3% es deficiente, el 33.3% es regular y el 33.3 es bueno, de los niveles que corresponden a la variable calidad del servicio. Así mismo el 100% del nivel insatisfecho el 36.8% es regular, el 50% es bueno y el 13.2% es excelente. Seguidamente del 100% del nivel satisfecho el 7.7% es regular, el 60.0% es bueno y el 30.8% es excelente. Para culminar del 100% del nivel muy satisfecho el 3.1% es regular, el 21.9% es bueno y el 75.09% es excelente.

Tabla 38:

Prueba de Chi cuadrado entre las Variables

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	Gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	76,312 ^a	9	,000
Razón de verosimilitud	57,356	9	,000
Asociación lineal por lineal	41,651	1	,000
N de casos válidos	141		

a. 8 casillas (50,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,13.

Fuente: Elaborado por el autor, SPSS v.23

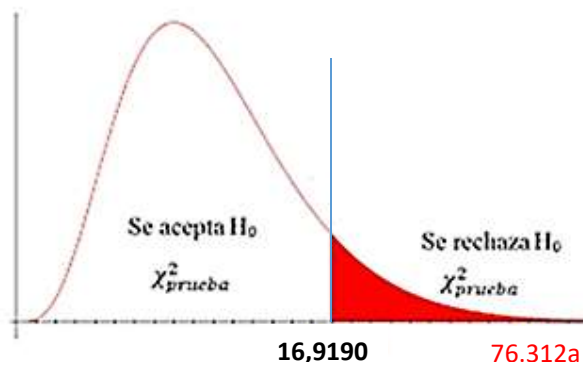


Figura 18: Zona De Aceptación Probabilística – Chí Cuadrado

Fuente: Elaborado por el autor, SPSS v.23

Interpretación: Considerando que $X^2_c (76.312) > X^2_t (16.9190)$ con 9 grados de libertad, por lo que se entiende que las variables son dependientes y guardan relación.

IV. DISCUSIÓN

Formulada la hipótesis general, para determinar si existe una relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en TPP. Esta se puede corroborar con el resultado del Chí Cuadrado de Pearson (152,539), el cual es mayor que el Chí tabular (16,9190), el mismo que cuenta con 9 grados de libertad. Esto nos indica que cada variable es dependiente y existe relación. Casimiro (2018) demostró que al igual que la presente investigación existe una relación de calidad del servicio con la Satisfacción de usuarios.

De la misma manera, en la tesis de Crisostomo (2018) demostró la existencia de una relación de la calidad del servicio con la Satisfacción de usuarios.

Igualmente en la tesis de Jara (2018), demostró la existencia de una relación de la calidad del servicio con la Satisfacción de usuarios., por lo que el autor afirma que mientras se eleve la calidad del servicio mucho mayor será la satisfacción de los clientes.

Así mismo Rivera (2019) demostró la existencia de una relación de la calidad del servicio con la Satisfacción del cliente.

Además con López (2018) demostró la existencia de una relación de la calidad del servicio con la Satisfacción del cliente.

Centrándonos en la hipótesis específica 1, en la que se comprueba la existencia de una relación entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente en TPP. Esta se puede corroborar con el resultado del Chí Cuadrado de Pearson (112.115), el cual es mayor que el Chí tabular (16,919), el mismo que cuenta con 9 grados de libertad. Esto nos indica que la dimensión fiabilidad es dependiente y existe relación. Crisostomo (2018)) demostró que al igual que la presente investigación existe una relación entre fiabilidad y la Satisfacción del cliente.

De la misma manera Chauca (2018) confirma que hay relación entre la fiabilidad y la satisfacción al cliente con una significancia de 0.523 mismo que concluye que a mayor fiabilidad de los trabajadores mayor será la satisfacción de los clientes.

Centrándonos en la hipótesis específica 2, en la que se comprueba la existencia de una relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en TPP. Esta se puede corroborar con el resultado del Chí Cuadrado de Pearson (60.54), el cual es mayor que el Chí tabular (16,919), el mismo que cuenta con 9 grados de libertad. Esto nos indica

que la dimensión capacidad de respuesta es dependiente y existe relación. Crisostomo (2018)) demostró que al igual que la presente investigación existe una relación positiva moderada, entre la capacidad de respuesta y la Satisfacción del cliente.

Así mismo Chauca (2018) confirma que existe relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente.

Centrándonos en la hipótesis específica 3, en la que se comprueba la existencia de una relación entre seguridad y la satisfacción del cliente en TPP. Esta se puede corroborar con el resultado del Chí Cuadrado de Pearson (130.317), el cual es mayor que el Chí tabular (16,919), el mismo que cuenta con 9 grados de libertad. Esto nos indica que la dimensión seguridad es dependiente y existe relación. Crisostomo (2018)) demostró que al igual que la presente investigación existe una relación positiva moderada, entre seguridad y la satisfacción del cliente.

En tanto Chauca (2018) confirma que existe relación entre la dimensión seguridad y la satisfacción del cliente teniendo un resultado de 0.655 concluyendo que si hay mejor seguridad por parte de la empresa mayor será la satisfacción de los clientes.

Centrándonos en la hipótesis específica 4, en la que se comprueba la existencia de una relación entre empatía y la satisfacción del cliente en TPP. Esta se puede corroborar con el resultado del Chí Cuadrado de Pearson (130.317), el cual es mayor que el Chí tabular (16,919), el mismo que cuenta con 9 grados de libertad. Esto nos indica que la dimensión empatía es dependiente y existe relación. Crisostomo (2018)) demostró que al igual que la presente investigación existe una relación positiva moderada, entre la empatía y la Satisfacción del cliente.

Además Chauca (2018) confirma que existe relación entre la empatía y la satisfacción del cliente este se confirma dado un coeficiente de correlación de 0.613 mayor al 0.5 concluyendo que a mayor empatía mayor será la satisfacción.

Centrándonos en la hipótesis específica 5, en la que se comprueba la existencia de una relación entre elementos tangibles y la satisfacción del cliente en TPP. Esta se puede corroborar con el resultado del Chí Cuadrado de Pearson (76.312), el cual es mayor que el Chí tabular (16,919), el mismo que cuenta con 9 grados de libertad. Esto nos indica que la dimensión elementos tangibles es dependiente y existe relación. Crisostomo (2018))

demostró que al igual que la presente investigación existe una relación positiva moderada, entre instalaciones equipamientos y la imagen del personal.

Así mismo Chauca (2018) confirma que existe relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente este se confirma dado un coeficiente de correlación de 0.635 mayor al 0.5 concluyendo que a mejor distribución y organización en elementos tangible mayor será la satisfacción que tenga el cliente.

V. CONCLUSIONES

Obtenidos los resultados y con el respectivo análisis inferencial realizado en la presente investigación y teniendo en cuenta el planteamiento de los objetivos así como la comprobación de las hipótesis, concluimos con lo siguiente.

Primera.

Hay una relación positiva moderada entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en TPP. Según los resultados obtenidos del chi cuadrado Pearson 152,539 mayor que el chi tabular 16,9190 por lo que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la Hipótesis Alterna (H_i).

Segunda

Hay una relación significativa entre la dimensión fiabilidad y la satisfacción del cliente en TPP. Según los resultados obtenidos del chi cuadrado Pearson 112.115 mayor que el chi tabular 16,9190 por lo que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la Hipótesis Alterna (H_i).

Tercera

Hay una relación significativa entre la dimensión capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en TPP. Según los resultados obtenidos del chi cuadrado Pearson 60.54 mayor que el chi tabular 16,9190 por lo que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la Hipótesis Alterna (H_i).

Cuarta

Hay una relación significativa entre la dimensión seguridad y la satisfacción del cliente en TPP. Según los resultados obtenidos del chi cuadrado Pearson 130.317 mayor que el chi tabular 16,9190 por lo que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la Hipótesis Alterna (H_i).

Quinta

Hay una relación significativa entre la dimensión empatía y la satisfacción del cliente en TPP. Según los resultados obtenidos del chi cuadrado Pearson 72.447 mayor que el chi tabular 16,9190 por lo que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la Hipótesis Alterna (H_i).

Sexta

Hay una relación significativa entre la dimensión elementos tangibles y la satisfacción del cliente en TPP. Según los resultados obtenidos del chi cuadrado Pearson 76.312 mayor que el chi tabular 16,9190 por lo que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la Hipótesis Alterna (H_i).

VI. RECOMENDACIONES

Posterior al análisis del resultado de la presente investigación se recomienda a los altos mandos de la gerencia de operaciones de la empresa Terminales Portuarios Peruanos las siguientes recomendaciones. Para de esta manera otorgar un servicio de calidad y lograr tener a los transportistas satisfechos.

Primera.

Se recomienda capacitar al personal operativo en la importancia de la puntualidad, la manera de resolver los problemas de los clientes, buscar la eficiencia en el desarrollo de las operaciones, desarrollar un software que permita el registro de ingreso y salida de los clientes, cuidado y orden de los documentos. Asimismo, implementar las charlas de diarias de cinco minutos a los colaboradores así poder garantizar una mejor comunicación oportuna de los servicios, agilidad y pronta atención en zona operativa, disposición para atender las dudas y consultas de los transportistas, de esta manera garantizar e incrementar la calidad del servicio que se brinda. Con respecto a la satisfacción del transportistas se sugiere instalar un módulo de atención, que permita una comunicación más fluida para resolver sus inquietudes y sugerencias de esta manera buscar la mejora a futuro.

Segunda.

Se recomienda supervisar la hora de inicio atención por parte de los colaboradores en la zona operativa, supervisar al personal para que entregue contenedores en buenas condiciones a los clientes, medir los tiempos de atención tanto como en recepción y despacho de los contenedores, colocar la hora de ingreso en la puerta principal a fin de mantener un orden correlativo de atención, los documentos de atención tanto de despacho e ingreso deben estar en un lugar visible y de fácil acceso.

Tercera.

Se recomienda enfocar de una manera más clara la comunicación oportuna del servicio, brindar una atención pronta en la zona operativa, los colaboradores deben contar con total disposición para atender las dudas y consultas de los clientes

Cuarta.

Se recomienda garantizar una atención segura buscando que los clientes se sientan a gusto con el servicio; asimismo los colaboradores deben contar con amplio conocimiento para responder las preguntas del cliente y así brindar un servicio eficiente en el proceso de atención.

Quinta.

Se recomienda tener un trato diferenciado a los clientes buscando la satisfacción de sus necesidades para ello se debe extender los horario de atención a los clientes potenciales de la empresa; capacitar de manera continua a los colaboradores los temas deben estar centrados a la mejora de la atención a los clientes.

Sexta.

Se sugiere que la empresa garantice que sus instalaciones físicas se encuentren limpias y ordenadas. Asimismo los colaboradores deberán tener una apariencia impecable, así como también los equipos y maquinas portacontenedores deben estar en perfecto funcionamiento.

REFERENCIAS

- Alcaide, J. (2016). *Fidelización de clientes*. Madrid: ESIC.
- Alonso, V., y Salazar J. (2016). Service quality: Change requirement in yucatecan hospital organizations. *Revista Iberoamericana de Producción Académica y Gestión Educativa*. doi:SSN 2007 - 8412
- AmCham Chile. (2016). Servicios en Chile, aún una tarea pendiente. *Camara Chilena Norteamericana de Comercio*. Obtenido de <https://bit.ly/32xVIUV>
- Babakus, E. (1992). "An empirical assessment of the SERVQUAL scale". *Journal of Business Research*, Vol. 24, Págs. 253-268. .
- Bigné, J., Moliner, M., Vallet, T., y Sánchez, J. (1997). Un estudio comparativo de los instrumentos de medición de la calidad de los servicios públicos. *Revista Española de Investigación de Marketing*, p. 33-52.
- Bitner, M. (1990). Evaluating Service Encounters: The Effects of Physica Surroundings and Employee Responses. *Journal of Marketing*, 54, 69, 82.
- Bolton, R., y Drew, J. (1991). A multistage model of customers' assessments of service quality and value. *Journal of Consumer Research*, 375-384.
- Carman, J. (1990). "Consumer perceptions of service quality: An assessment of the SERVQUAL dimensions". *Journal of Retailing*, Vol 66, Págs. 33-55.
- Carrasco, S. (2016). *Metodología de la investigación científica*. lima: San Marcos.
- Casimiro, F. (17 de 10 de 2019). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la cooperativa Centrocoop - Ate Vitarte, 2018*. Obtenido de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/33203>
- Castillo, E. (2005). *Escala Multidimensional SERVQUAL*. Recuperado el 28 de 11 de 2019, de <https://bit.ly/2srqdQ9>
- Chauca, R. (01 de 11 de 2019). *Calidad de servicio y satisfacción de los clientes del banco Interbank de la agencia Manco Cápac 484 - La Victoria 2017*. Obtenido de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/20662>
- Cote, J. y Giese, J. (2014). Defining Consumer Satisfaction. *Academy of Marketing Science Review*, 2000(1). Recuperado el 27 de 11 de 2019, de <http://www.amsreview.org/articles/giese01-2000.pdf>
- Crisostomo, K. (10 de 10 de 2019). *"Calidad de servicio y satisfacción en los clientes de una tienda de supermercados, Ate, 2018"*. Obtenido de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/19582>
- Cronin, J., y Taylor, S. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56, 55-68.
- Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus medelos de medicion. *INNOVAR*, 64-80. Recuperado el 26 de 11 de 2019, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81802505>

- Gestion. (2019 de 09 de 2019). Calidad de servicio influye en 60% en decisión de compra de limeños. Obtenido de <https://bit.ly/2Kaawmb>
- Grönroos, C. (1978). A Service Oriented Approach to Marketing of Services. . *European Journal of Marketing*, 12(8), 588-601.
- Hernandez, R., Fernandez, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico: INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hidalgo, M. (15 de 11 de 2019). *Calidad del Servicio y Satisfacción al cliente en el Sector Financiero del Cantón Ambato*. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/30033/1/045%20GMC.pdf>
- Hung, Y., Huang, M., y Chen, K. (2003). Service quality evaluation by service quality performance matrix. *Total Quality Management*, 14(1), 79-89.
- Ismail, T., & Darshak, D. (2015). Quality Function Deployment Integration with Kano Model for Ergonomic Product Improvement (Classroom Furniture) - A Review. *Journal of Multidisciplinary Engineering Science and Technology (JMEST)*, 2. Recuperado el 28 de 11 de 2019, de <http://www.jmest.org/wp-content/uploads/JMESTN42351060.pdf>
- Jara, R. A. (10 de 10 de 2019). *"Calidad de servicio y satisfacción en los clientes de la empresa Tecnología Panificadora S.A.C., Ate, 2018"*. Obtenido de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/19601>
- López, D. (15 de 10 de 2019). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/9867>
- Lozada, J. (2014). Investigación Aplicada: Definición,. 35.
- Ospina, S., y Gil, I. (2011). Índices nacionales de satisfacción del consumidor. 35-57. Recuperado el 28 de 11 de 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/205/20521435002.pdf>
- Parasuraman, A., & Zeithaml, V. (1988). SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, Vol. 64(N° 1), Págs. 12-40.
- Philip, K., y Armstrong, G. (2007). *Marketing Version para Latinoamérica*. Mexico: PEARSON EDUCACION.
- Rivera, S. (17 de 10 de 2019). *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/12117>
- Rodriguez, F. (2007). Generalidades acerca de las técnicas de investigación cuantitativa. doi:ISSN-e 1909-4302
- Serrano, A., y Lopez, M. (2015). Modelos de gestión de la calidad de servicio: revisión y propuesta de integración con la estrategia empresarial.
- Spreng, R., y Mackoy, R. (1996). An empirical examination of a model of perceived service quality and satisfaction. *Journal of Retailing*, 72 (2), 201-214.
- Svenson, G. (2001). The quality of bi-directional service quality in dyadic service encounter. *Journal of Services Marketing*, 15(5), 357-378.

- Tamayo, M. (2003). *El Proceso de la Investigacion Cientifica*. Mexico: EDITORIAL LIMUSA.
- Torres, M., & Vasquez, C. (2015). Modelos de la evalaucion de la calidad del servicio: caracterizacion y analisis. *Compendium*, 57-76. Recuperado el 26 de 11 de 2019
- Villalba, C. (2013). The service quality: A conceptual historical. *PUNTO DE VISTA*, 51-72.
- Westbrook, R., y Oliver, R. (1981). Developing Better Measures of Consumer Satisfaction: Some Preliminary Results. *Advances in Consumer Research*, (págs. 94-99). Street Duluth. Recuperado el 27 de 11 de 2019, de <http://acrwebsite.org/volumes/9791/volumes/v08/NA-08>
- Zeithalm, V. (2002). *Marketing de Servicios*. Mexico: Mc Graw-Hill Hispanoamericana.
- Zeithaml, V. (2017). *Services Marketing: Integrating customer focus across the firm*. México D.F., México: Mc Graw Hill.
- Zeithaml, V., & Bitner, m. (2002). *Marketing de servicios: un enfoque de integración del cliente a la empresa*. Mexico: McGraw-Hill.

ANEXOS

Anexo 1:

Cuestionario Calidad del Servicio.

Teniendo en cuenta su experiencia como usuario en una empresa que brinda servicios de calidad piense en la empresa con la que usted estaría complacido. No existen respuestas correctas ni incorrectas, sólo interesa obtener un número que realmente refleje lo que usted piensa respecto a las empresas que ofrecen una excelente calidad en el servicio. Por favor marque con una (x) en la casilla que mejor evalúe su apreciación respecto a cada pregunta en una escala del 1 al 5 en donde uno indica el puntaje más bajo y 5 el más alto.

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

ÍTEM	CALIDAD DEL SERVICIO	1	2	3	4	5
1	Cuando una empresa excelente prometa hacer algún servicio en la fecha y hora determinada, lo cumplen.					
2	Cuando un cliente tiene un problema, en una empresa excelente muestra sincero interés por resolverlo.					
3	Una empresa excelente desempeña el servicio de manera correcta a la primera vez					
4	Una empresa excelente proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo					
5	Una empresa excelente mantiene informados a los clientes sobre el momento en que se van a desempeñar los servicios					
6	Los empleados de una empresa excelente brindan el servicio con prontitud a los clientes					
7	Los empleados de una empresa excelente siempre se muestran dispuestos a ayudar a los clientes					
8	Los empleados de una empresa excelente nunca están demasiado ocupados como para no atender a un cliente					
9	El comportamiento de los empleados de una empresa excelente le inspira confianza					
10	Al realizar transacciones con una empresa excelente el cliente se debe sentir seguro					
11	Los empleados de una empresa excelente tratan a los clientes siempre con cortesía					
12	Los empleados de una empresa excelente cuentan con el conocimiento para responder las consultas de los clientes					
13	Una empresa excelente le brinda atención individual					
14	Una empresa excelente cuenta con empleados que le brindan atención personal					
15	Una empresa excelente se preocupa de cuidar los intereses de sus clientes					
16	Los empleados de una empresa excelente entienden sus necesidades específicas					
17	La apariencia de los equipos de una empresa excelente es moderna					
18	Las instalaciones físicas de una empresa excelente son visualmente atractivas					
19	La presentación de los empleados de una empresa excelente es buena					
20	Los materiales asociados con el servicio (como folletos o catálogos) de la empresa excelente son visualmente atractivos					
21	Los horarios de actividades de una empresa excelente son convenientes					
22	Las zonas de atención de una empresa excelente se encuentran se encuentran identificados					

Cuestionario Satisfacción del cliente

Teniendo en cuenta su experiencia como usuario en la empresa Terminales Portuarios Peruanos S.A.C. (TPP), Por favor marque con un aspa (x) en la casilla que mejor evalué su apreciación respecto a cada pregunta en una escala del 1 al 5 en donde uno indica el puntaje más bajo y 5 el más alto.

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

ÍTEM	SATISFACCIÓN	1	2	3	4	5
1	Cuando la empresa TPP promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple					
2	Cuando Ud. tiene un problema, TPP muestra sincero interés por resolverlo.					
3	TPP desempeña el servicio de manera correcta a la primera vez					
4	TPP proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo					
5	TPP mantiene informados a los clientes sobre el momento en que se van a desempeñar los servicios					
6	Los empleados de TPP le brindan el servicio con prontitud					
7	Los empleados de TPP siempre se muestran dispuestos a ayudar a los clientes					
8	Los empleados de TPP nunca están demasiado ocupados como para no atender a un cliente					
9	El comportamiento de los empleados de TPP le inspira confianza					
10	Se siente seguro al realizar transacciones con la organización XX					
	Los empleados de TPP lo tratan siempre con cortesía					
12	Los empleados de TPP cuentan con el conocimiento para responder sus consultas					
13	TPP le brinda atención individual					
14	TPP cuenta con empleados que le brindan atención personal					
15	TPP se preocupa de cuidar los intereses de sus clientes					
16	Los empleados de TPP entienden sus necesidades específicas					
17	La apariencia de los equipos de TPP es moderna					
18	Las instalaciones físicas de TPP son visualmente atractivas					
19	La presentación de los empleados de la TPP es buena					
20	Los materiales asociados con el servicio (como folletos o catálogos) de TPP son visualmente atractivos					
21	Los horarios de actividades de TPP son convenientes					
22	Las zonas de atención en TPP se encuentran identificadas					

Anexo 2: Matriz de Validación de los instrumentos

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS							
Título de la investigación: Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos S. A. C., Callao 2019							
Apellidos y nombres del investigador: Vilcarramero Zuta Manuel Concepcion							
Apellidos y nombres del experto: Mori Paredes, Manuel Alberto							
ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGER
Calidad del Servicio	Fiabilidad	Atencion Promesa Control Eficiente	Cuando una empresa excelente promete hacer algún servicio en la fecha y hora determinada, lo cumple.	Nominal	<input checked="" type="checkbox"/>		
			Cuando un cliente tiene un problema, en una empresa excelente muestra sincero interés por resolverlo.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Una empresa excelente desatende el servicio de manera correcta a la primera vez.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Una empresa excelente proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Una empresa excelente mantiene informado a los clientes sobre el momento en que se van a desempeñar los servicios.		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Capacidad de Respuesta	Inquietud Soluciones Disponibilidad	Los empleados de una empresa excelente brindan el servicio con prontitud a los clientes.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Los empleados de una empresa excelente siempre se muestran dispuestos a ayudar a los clientes.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Los empleados de una empresa excelente nunca están demasiado ocupados como para no atender a un cliente.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			El comportamiento de los empleados de una empresa excelente le genera confianza.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Al realizar transacciones con una empresa excelente el cliente no debe sentir riesgo.		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Seguridad	Confianza Satisfacción Garantía	Los empleados de una empresa excelente tratan a los clientes siempre con cortesía.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Los empleados de una empresa excelente escuchan con el consentimiento para responder las consultas de los clientes.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Una empresa excelente le brinda atención individual.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Una empresa excelente cuenta con empleados que le brindan atención personal.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Una empresa excelente se preocupa de cuidar los intereses de sus clientes.		<input checked="" type="checkbox"/>		
Empatía	Comprensión Información Expectativa	Los empleados de una empresa excelente entienden sus necesidades específicas.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		La atención de los equipos de una empresa excelente es moderna.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		Las instalaciones físicas de una empresa excelente son visualmente atractivas.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		La presentación de los empleados de una empresa excelente es buena.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		Los materiales asociados con el servicio están bien ordenados y catalogados de la empresa excelente son visualmente atractivos.	<input checked="" type="checkbox"/>				
Elementos tangibles	Infraestructura Ambiente Medios de comunicación	Los horarios de actividades de una empresa excelente son convenientes.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		Los horarios de atención de una empresa excelente se encuentran bien identificados.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		Cuando la empresa TPP promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		Cuando un cliente tiene un problema, TPP muestra sincero interés por resolverlo.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		TPP desatende el servicio de manera correcta a la primera vez.	<input checked="" type="checkbox"/>				
Satisfacción del cliente	Fiabilidad	Atencion Promesa Control Eficiente	TPP proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo.	<input checked="" type="checkbox"/>			
			TPP mantiene informado a los clientes sobre el momento en que se van a desempeñar los servicios.	<input checked="" type="checkbox"/>			
			Los empleados de TPP le brindan el servicio con prontitud.	<input checked="" type="checkbox"/>			
			Los empleados de TPP siempre se muestran dispuestos a ayudar a los clientes.	<input checked="" type="checkbox"/>			
			Los empleados de TPP nunca están demasiado ocupados como para no atender a un cliente.	<input checked="" type="checkbox"/>			
	Capacidad de Respuesta	Inquietud Soluciones Disponibilidad	El comportamiento de los empleados de TPP le genera confianza.	<input checked="" type="checkbox"/>			
			Se siente seguro al realizar transacciones con la empresa TPP.	<input checked="" type="checkbox"/>			
			Los empleados de TPP lo tratan siempre con cortesía.	<input checked="" type="checkbox"/>			
			Los empleados de TPP escuchan con el consentimiento para responder sus consultas.	<input checked="" type="checkbox"/>			
			TPP le brinda atención individual.	<input checked="" type="checkbox"/>			
	Seguridad	Confianza Satisfacción Garantía	TPP cuenta con empleados que le brindan atención personal.	<input checked="" type="checkbox"/>			
			TPP se preocupa de cuidar los intereses de sus clientes.	<input checked="" type="checkbox"/>			
			Los empleados de TPP entienden sus necesidades específicas.	<input checked="" type="checkbox"/>			
			La atención de los equipos de TPP es moderna.	<input checked="" type="checkbox"/>			
			Las instalaciones físicas de TPP son visualmente atractivas.	<input checked="" type="checkbox"/>			
Empatía	Comprensión Información Expectativa	La presentación de los empleados de la TPP es buena.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		Los materiales asociados con el servicio (como folletos o catálogos) de TPP son visualmente atractivos.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		Los horarios de actividades de TPP son convenientes.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		Los horarios de atención de TPP se encuentran bien identificados.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		Cuando la empresa TPP promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple.	<input checked="" type="checkbox"/>				
Elementos tangibles	Infraestructura Ambiente Medios de comunicación	Los horarios de actividades de TPP son convenientes.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		Los horarios de atención de TPP se encuentran bien identificados.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		Cuando la empresa TPP promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		Cuando un cliente tiene un problema, TPP muestra sincero interés por resolverlo.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		TPP desatende el servicio de manera correcta a la primera vez.	<input checked="" type="checkbox"/>				
Firma del experto			Fecha: 05.06.19				

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables

MATRIZ DE VALUACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos S. A. C., Callao 2019

Apellidos y nombres del investigador: Vilcarramero Zuta Manuel Concepción

Apellidos y nombres del experto: Dios Zarate, Luis

ASPECTO POR EVALUAR				ESCALA	OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA		SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIA
Calidad del Servicio	Fidelidad	Atención Promesa Control Eficiente	¿Cumple una empresa con el servicio prometido en la fecha y hora determinadas? Los empleados	Nominal	<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Cumple una empresa con un problema, en una empresa excelente muestra soluciones antes por el cliente		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Capacidad de Respuesta	Inquietud Soluciones Disponibilidad	¿Una empresa excelente describe el servicio o demanda correcta a la primera vez?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Una empresa excelente proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Una empresa excelente mantiene informados a los clientes antes de suministrar un servicio o de completar los servicios?		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Seguridad	Confianza Satisfacción Garantía	¿Los empleados de una empresa excelente brindan el servicio con prontitud a los clientes?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Los empleados de una empresa excelente siempre se muestran dispuestos a ayudar a los clientes?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Los empleados de una empresa excelente nunca están demasiado ocupados como para no atender a un cliente?		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Empatía	Comprensión Información Expectativa	¿El comportamiento de los empleados de una empresa excelente le inspira confianza?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Al realizar transacciones con una empresa excelente el cliente se debe sentir seguro?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Los empleados de una empresa excelente intentan resolver los problemas de sus clientes?		<input checked="" type="checkbox"/>		
Satisfacción del cliente	Fidelidad	Atención Promesa Control Eficiente	¿Los empleados de una empresa excelente ofrecen los consejos de los clientes?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Una empresa excelente le brinda atención individual?		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Capacidad de Respuesta	Inquietud Soluciones Disponibilidad	¿Una empresa excelente cuenta con empleados que le brindan atención personal?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Una empresa excelente se preocupa de reducir los tiempos de espera?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Los empleados de una empresa excelente entienden las necesidades específicas?		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Seguridad	Confianza Satisfacción Garantía	¿La atención de los empleados de una empresa excelente es profesional y eficiente?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿La presentación de los empleados de una empresa excelente es buena?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Las instalaciones asociadas con el servicio o evento ofrecen un ambiente de la empresa excelente y son convenientes?		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Empatía	Comprensión Información Expectativa	¿Los términos de servicios de una empresa excelente son convenientes?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Los costos de servicios de una empresa excelente se encuentran bien identificados?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Cuando la empresa TPP promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple?		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Elementos tangibles	Instalaciones Ambiente Medios de comunicación	¿Cuando una empresa TPP tiene un problema, TPP muestra interés antes por resolverlo?		<input checked="" type="checkbox"/>		
¿TPP describe el servicio o demanda correcta a la primera vez?			<input checked="" type="checkbox"/>				
¿TPP proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo?			<input checked="" type="checkbox"/>				
Seguridad	Confianza Satisfacción Garantía	¿TPP mantiene informados a los clientes antes de suministrar un servicio o de completar los servicios?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP le brindan el servicio con prontitud?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP siempre se muestran dispuestos a ayudar a los clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Empatía	Comprensión Información Expectativa	¿Los empleados de TPP nunca están demasiado ocupados como para no atender a un cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿El comportamiento de los empleados de TPP le inspira confianza?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Se siente seguro al realizar transacciones con la empresa TPP?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Elementos tangibles	Instalaciones Ambiente Medios de comunicación	¿Los empleados de TPP lo tratan siempre con cortesía?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP cuentan con el conocimiento para responder sus consultas?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP le brinda atención individual?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Seguridad	Confianza Satisfacción Garantía	¿TPP cuenta con empleados que le brindan atención personal?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP se preocupa de reducir los tiempos de espera?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP entienden las necesidades específicas?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Elementos tangibles	Instalaciones Ambiente Medios de comunicación	¿La atención de los empleados de TPP es profesional y eficiente?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿La presentación de los empleados de la TPP es buena?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Las instalaciones asociadas con el servicio o evento ofrecen un ambiente de la TPP son convenientes?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Seguridad	Confianza Satisfacción Garantía	¿Los términos de servicios de TPP son convenientes?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los costos de servicios de TPP se encuentran bien identificados?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Cuando la empresa TPP promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Empatía	Comprensión Información Expectativa	¿Cuando una empresa TPP tiene un problema, TPP muestra interés antes por resolverlo?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP describe el servicio o demanda correcta a la primera vez?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Elementos tangibles	Instalaciones Ambiente Medios de comunicación	¿TPP mantiene informados a los clientes antes de suministrar un servicio o de completar los servicios?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP le brindan el servicio con prontitud?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP siempre se muestran dispuestos a ayudar a los clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Seguridad	Confianza Satisfacción Garantía	¿Los empleados de TPP nunca están demasiado ocupados como para no atender a un cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿El comportamiento de los empleados de TPP le inspira confianza?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Se siente seguro al realizar transacciones con la empresa TPP?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Empatía	Comprensión Información Expectativa	¿Los empleados de TPP lo tratan siempre con cortesía?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP cuentan con el conocimiento para responder sus consultas?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP le brinda atención individual?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Elementos tangibles	Instalaciones Ambiente Medios de comunicación	¿TPP cuenta con empleados que le brindan atención personal?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP se preocupa de reducir los tiempos de espera?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP entienden las necesidades específicas?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Seguridad	Confianza Satisfacción Garantía	¿La atención de los empleados de TPP es profesional y eficiente?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿La presentación de los empleados de TPP es conveniente?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Las instalaciones asociadas con el servicio o evento ofrecen un ambiente de la TPP son convenientes?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Empatía	Comprensión Información Expectativa	¿Los términos de servicios de TPP son convenientes?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los costos de servicios de TPP se encuentran bien identificados?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Cuando la empresa TPP promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Elementos tangibles	Instalaciones Ambiente Medios de comunicación	¿Cuando una empresa TPP tiene un problema, TPP muestra interés antes por resolverlo?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP describe el servicio o demanda correcta a la primera vez?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Seguridad	Confianza Satisfacción Garantía	¿TPP mantiene informados a los clientes antes de suministrar un servicio o de completar los servicios?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP le brindan el servicio con prontitud?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP siempre se muestran dispuestos a ayudar a los clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Empatía	Comprensión Información Expectativa	¿Los empleados de TPP nunca están demasiado ocupados como para no atender a un cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿El comportamiento de los empleados de TPP le inspira confianza?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Se siente seguro al realizar transacciones con la empresa TPP?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Elementos tangibles	Instalaciones Ambiente Medios de comunicación	¿Los empleados de TPP lo tratan siempre con cortesía?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP cuentan con el conocimiento para responder sus consultas?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP le brinda atención individual?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Seguridad	Confianza Satisfacción Garantía	¿TPP cuenta con empleados que le brindan atención personal?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP se preocupa de reducir los tiempos de espera?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP entienden las necesidades específicas?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Empatía	Comprensión Información Expectativa	¿La atención de los empleados de TPP es profesional y eficiente?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿La presentación de los empleados de TPP es conveniente?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Las instalaciones asociadas con el servicio o evento ofrecen un ambiente de la TPP es buena?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Elementos tangibles	Instalaciones Ambiente Medios de comunicación	¿Los términos de servicios de TPP son convenientes?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los costos de servicios de TPP se encuentran bien identificados?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Cuando la empresa TPP promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Seguridad	Confianza Satisfacción Garantía	¿Cuando una empresa TPP tiene un problema, TPP muestra interés antes por resolverlo?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP describe el servicio o demanda correcta a la primera vez?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Empatía	Comprensión Información Expectativa	¿TPP mantiene informados a los clientes antes de suministrar un servicio o de completar los servicios?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP le brindan el servicio con prontitud?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP siempre se muestran dispuestos a ayudar a los clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Elementos tangibles	Instalaciones Ambiente Medios de comunicación	¿Los empleados de TPP nunca están demasiado ocupados como para no atender a un cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿El comportamiento de los empleados de TPP le inspira confianza?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Se siente seguro al realizar transacciones con la empresa TPP?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Seguridad	Confianza Satisfacción Garantía	¿Los empleados de TPP lo tratan siempre con cortesía?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP cuentan con el conocimiento para responder sus consultas?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP le brinda atención individual?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Empatía	Comprensión Información Expectativa	¿TPP cuenta con empleados que le brindan atención personal?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP se preocupa de reducir los tiempos de espera?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP entienden las necesidades específicas?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Elementos tangibles	Instalaciones Ambiente Medios de comunicación	¿La atención de los empleados de TPP es profesional y eficiente?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿La presentación de los empleados de TPP es conveniente?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Las instalaciones asociadas con el servicio o evento ofrecen un ambiente de la TPP es buena?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Seguridad	Confianza Satisfacción Garantía	¿Los términos de servicios de TPP son convenientes?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los costos de servicios de TPP se encuentran bien identificados?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Cuando la empresa TPP promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Empatía	Comprensión Información Expectativa	¿Cuando una empresa TPP tiene un problema, TPP muestra interés antes por resolverlo?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP describe el servicio o demanda correcta a la primera vez?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Elementos tangibles	Instalaciones Ambiente Medios de comunicación	¿TPP mantiene informados a los clientes antes de suministrar un servicio o de completar los servicios?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP le brindan el servicio con prontitud?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP siempre se muestran dispuestos a ayudar a los clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Seguridad	Confianza Satisfacción Garantía	¿Los empleados de TPP nunca están demasiado ocupados como para no atender a un cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿El comportamiento de los empleados de TPP le inspira confianza?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Se siente seguro al realizar transacciones con la empresa TPP?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Empatía	Comprensión Información Expectativa	¿Los empleados de TPP lo tratan siempre con cortesía?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP cuentan con el conocimiento para responder sus consultas?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP le brinda atención individual?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Elementos tangibles	Instalaciones Ambiente Medios de comunicación	¿TPP cuenta con empleados que le brindan atención personal?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP se preocupa de reducir los tiempos de espera?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP entienden las necesidades específicas?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Seguridad	Confianza Satisfacción Garantía	¿La atención de los empleados de TPP es profesional y eficiente?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿La presentación de los empleados de TPP es conveniente?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Las instalaciones asociadas con el servicio o evento ofrecen un ambiente de la TPP es buena?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Empatía	Comprensión Información Expectativa	¿Los términos de servicios de TPP son convenientes?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los costos de servicios de TPP se encuentran bien identificados?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Cuando la empresa TPP promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Elementos tangibles	Instalaciones Ambiente Medios de comunicación	¿Cuando una empresa TPP tiene un problema, TPP muestra interés antes por resolverlo?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP describe el servicio o demanda correcta a la primera vez?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Seguridad	Confianza Satisfacción Garantía	¿TPP mantiene informados a los clientes antes de suministrar un servicio o de completar los servicios?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP le brindan el servicio con prontitud?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP siempre se muestran dispuestos a ayudar a los clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Empatía	Comprensión Información Expectativa	¿Los empleados de TPP nunca están demasiado ocupados como para no atender a un cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿El comportamiento de los empleados de TPP le inspira confianza?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Se siente seguro al realizar transacciones con la empresa TPP?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Elementos tangibles	Instalaciones Ambiente Medios de comunicación	¿Los empleados de TPP lo tratan siempre con cortesía?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP cuentan con el conocimiento para responder sus consultas?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP le brinda atención individual?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Seguridad	Confianza Satisfacción Garantía	¿TPP cuenta con empleados que le brindan atención personal?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP se preocupa de reducir los tiempos de espera?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP entienden las necesidades específicas?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Empatía	Comprensión Información Expectativa	¿La atención de los empleados de TPP es profesional y eficiente?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿La presentación de los empleados de TPP es conveniente?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Las instalaciones asociadas con el servicio o evento ofrecen un ambiente de la TPP es buena?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Elementos tangibles	Instalaciones Ambiente Medios de comunicación	¿Los términos de servicios de TPP son convenientes?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los costos de servicios de TPP se encuentran bien identificados?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Cuando la empresa TPP promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Seguridad	Confianza Satisfacción Garantía	¿Cuando una empresa TPP tiene un problema, TPP muestra interés antes por resolverlo?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP describe el servicio o demanda correcta a la primera vez?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Empatía	Comprensión Información Expectativa	¿TPP mantiene informados a los clientes antes de suministrar un servicio o de completar los servicios?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP le brindan el servicio con prontitud?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP siempre se muestran dispuestos a ayudar a los clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Elementos tangibles	Instalaciones Ambiente Medios de comunicación	¿Los empleados de TPP nunca están demasiado ocupados como para no atender a un cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿El comportamiento de los empleados de TPP le inspira confianza?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Se siente seguro al realizar transacciones con la empresa TPP?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Seguridad	Confianza Satisfacción Garantía	¿Los empleados de TPP lo tratan siempre con cortesía?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP cuentan con el conocimiento para responder sus consultas?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP le brinda atención individual?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Empatía	Comprensión Información Expectativa	¿TPP cuenta con empleados que le brindan atención personal?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP se preocupa de reducir los tiempos de espera?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP entienden las necesidades específicas?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Elementos tangibles	Instalaciones Ambiente Medios de comunicación	¿La atención de los empleados de TPP es profesional y eficiente?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿La presentación de los empleados de TPP es conveniente?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Las instalaciones asociadas con el servicio o evento ofrecen un ambiente de la TPP es buena?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Seguridad	Confianza Satisfacción Garantía	¿Los términos de servicios de TPP son convenientes?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los costos de servicios de TPP se encuentran bien identificados?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Cuando la empresa TPP promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Empatía	Comprensión Información Expectativa	¿Cuando una empresa TPP tiene un problema, TPP muestra interés antes por resolverlo?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP describe el servicio o demanda correcta a la primera vez?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Elementos tangibles	Instalaciones Ambiente Medios de comunicación	¿TPP mantiene informados a los clientes antes de suministrar un servicio o de completar los servicios?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP le brindan el servicio con prontitud?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP siempre se muestran dispuestos a ayudar a los clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Seguridad	Confianza Satisfacción Garantía	¿Los empleados de TPP nunca están demasiado ocupados como para no atender a un cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿El comportamiento de los empleados de TPP le inspira confianza?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Se siente seguro al realizar transacciones con la empresa TPP?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Empatía	Comprensión Información Expectativa	¿Los empleados de TPP lo tratan siempre con cortesía?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP cuentan con el conocimiento para responder sus consultas?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP le brinda atención individual?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Elementos tangibles	Instalaciones Ambiente Medios de comunicación	¿TPP cuenta con empleados que le brindan atención personal?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP se preocupa de reducir los tiempos de espera?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP entienden las necesidades específicas?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Seguridad	Confianza Satisfacción Garantía	¿La atención de los empleados de TPP es profesional y eficiente?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿La presentación de los empleados de TPP es conveniente?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Las instalaciones asociadas con el servicio o evento ofrecen un ambiente de la TPP es buena?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Empatía	Comprensión Información Expectativa	¿Los términos de servicios de TPP son convenientes?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los costos de servicios de TPP se encuentran bien identificados?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Cuando la empresa TPP promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Elementos tangibles	Instalaciones Ambiente Medios de comunicación	¿Cuando una empresa TPP tiene un problema, TPP muestra interés antes por resolverlo?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP describe el servicio o demanda correcta a la primera vez?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Seguridad	Confianza Satisfacción Garantía	¿TPP mantiene informados a los clientes antes de suministrar un servicio o de completar los servicios?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP le brindan el servicio con prontitud?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP siempre se muestran dispuestos a ayudar a los clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Empatía	Comprensión Información Expectativa	¿Los empleados de TPP nunca están demasiado ocupados como para no atender a un cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿El comportamiento de los empleados de TPP le inspira confianza?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Se siente seguro al realizar transacciones con la empresa TPP?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Elementos tangibles	Instalaciones Ambiente Medios de comunicación	¿Los empleados de TPP lo tratan siempre con cortesía?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP cuentan con el conocimiento para responder sus consultas?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP le brinda atención individual?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Seguridad	Confianza Satisfacción Garantía	¿TPP cuenta con empleados que le brindan atención personal?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP se preocupa de reducir los tiempos de espera?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP entienden las necesidades específicas?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Empatía	Comprensión Información Expectativa	¿La atención de los empleados de TPP es profesional y eficiente?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿La presentación de los empleados de TPP es conveniente?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Las instalaciones asociadas con el servicio o evento ofrecen un ambiente de la TPP es buena?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Elementos tangibles	Instalaciones Ambiente Medios de comunicación	¿Los términos de servicios de TPP son convenientes?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los costos de servicios de TPP se encuentran bien identificados?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Cuando la empresa TPP promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Seguridad	Confianza Satisfacción Garantía	¿Cuando una empresa TPP tiene un problema, TPP muestra interés antes por resolverlo?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP describe el servicio o demanda correcta a la primera vez?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Empatía	Comprensión Información Expectativa	¿TPP mantiene informados a los clientes antes de suministrar un servicio o de completar los servicios?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP le brindan el servicio con prontitud?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP siempre se muestran dispuestos a ayudar a los clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Elementos tangibles	Instalaciones Ambiente Medios de comunicación	¿Los empleados de TPP nunca están demasiado ocupados como para no atender a un cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿El comportamiento de los empleados de TPP le inspira confianza?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Se siente seguro al realizar transacciones con la empresa TPP?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Seguridad	Confianza Satisfacción Garantía	¿Los empleados de TPP lo tratan siempre con cortesía?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP cuentan con el conocimiento para responder sus consultas?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP le brinda atención individual?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Empatía	Comprensión Información Expectativa	¿TPP cuenta con empleados que le brindan atención personal?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP se preocupa de reducir los tiempos de espera?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP entienden las necesidades específicas?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Elementos tangibles	Instalaciones Ambiente Medios de comunicación	¿La atención de los empleados de TPP es profesional y eficiente?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿La presentación de los empleados de TPP es conveniente?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Las instalaciones asociadas con el servicio o evento ofrecen un ambiente de la TPP es buena?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Seguridad	Confianza Satisfacción Garantía	¿Los términos de servicios de TPP son convenientes?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los costos de servicios de TPP se encuentran bien identificados?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Cuando la empresa TPP promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Empatía	Comprensión Información Expectativa	¿Cuando una empresa TPP tiene un problema, TPP muestra interés antes por resolverlo?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP describe el servicio o demanda correcta a la primera vez?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿TPP proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Elementos tangibles	Instalaciones Ambiente Medios de comunicación	¿TPP mantiene informados a los clientes antes de suministrar un servicio o de completar los servicios?	<input checked="" type="checkbox"/>				
		¿Los empleados de TPP le brindan el servicio con prontitud?	<input checked="" type="checkbox"/> </				

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos S. A. C., Callao 2019

Apellidos y nombres del investigador: Vilcarrero Zuta Manuel Concepcion

Apellidos y nombres del experto: Mejía Guerrero, Hans

ASPECTO POR EVALUAR			ÍTEM / PREGUNTA	ESCALA	OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES			SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGEREN.
Calidad del Servicio	Fiabilidad	Atención Promesa Control Eficiente	Cuando una empresa excelente prometo hacer algún servicio en la fecha y hora determinada, lo cumple	Nominal	<input checked="" type="checkbox"/>		
			Cuando un cliente tiene un problema, en una empresa excelente muestran sincera interés por resolverlo		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Una empresa excelente desempeña el servicio de manera correcta a la primera vez		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Capacidad de Respuesta	Inquietud Soluciones Disponición	Una empresa excelente proporciona sus servicios en la oportunidad en que prometo hacerlo		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Una empresa excelente mantiene informados a los clientes sobre el momento en que se van a desempeñar los servicios		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Los empleados de una empresa excelente brindan el servicio con prontitud a los clientes		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Seguridad	Confianza Señalización Garantía	Los empleados de una empresa excelente siempre se muestran dispuestos a ayudar a los clientes		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Los empleados de una empresa excelente tienen el conocimiento oportuno como para atender a un cliente		<input checked="" type="checkbox"/>		
			El comportamiento de los empleados de una empresa excelente le inspira confianza		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Empatía	Comprensión Información Expectativa	Al realizar transacciones con una empresa excelente el cliente se debe sentir seguro		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Los empleados de una empresa excelente tratan a los clientes siempre con cortés		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Los empleados de una empresa excelente cuentan con el conocimiento para responder las consultas de los clientes		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Elementos tangibles	Instalaciones Ambiente Medios de comunicación	Una empresa excelente brinda atención individual		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Una empresa excelente cuenta con empleados que le brindan atención personal		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Una empresa excelente se preocupa de cuidar los intereses de sus clientes		<input checked="" type="checkbox"/>		
Satisfacción del cliente	Fiabilidad	Atención Promesa Control Eficiente	Los empleados de una empresa excelente escuchan sus necesidades específicas		<input checked="" type="checkbox"/>		
			La apariencia de los equipos de una empresa excelente es moderna		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Las instalaciones físicas de una empresa excelente son visualmente atractivas		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Capacidad de Respuesta	Inquietud Soluciones Disponición	La presentación de los empleados de una empresa excelente es buena		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Los materiales asociados con el servicio como folletos o catálogos de la empresa excelente son visualmente atractivos		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Los horarios de actividades de una empresa excelente son convenientes		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Seguridad	Confianza Señalización Garantía	Los zonas de atención de una empresa excelente se encuentran se encuentran identificadas		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Cuando la empresa TPP promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Cuando un cliente tiene un problema, TPP muestra sincera interés por resolverlo		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Empatía	Comprensión Información Expectativa	TPP desempeña el servicio de manera correcta a la primera vez		<input checked="" type="checkbox"/>		
			TPP proporciona sus servicios en la oportunidad en que prometo hacerlo		<input checked="" type="checkbox"/>		
			TPP mantiene informados a los clientes sobre el momento en que se van a desempeñar los servicios		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Elementos tangibles	Instalaciones Ambiente Medios de comunicación	Los empleados de TPP le brindan el servicio con prontitud		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Los empleados de TPP siempre se muestran dispuestos a ayudar a los clientes		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Los empleados de TPP tienen el conocimiento oportuno como para atender a un cliente		<input checked="" type="checkbox"/>		
Firma del experto			El comportamiento de los empleados de TPP le inspira confianza		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Se siente seguro al realizar transacciones con la organización XX		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Los empleados de TPP lo tratan siempre con cortés		<input checked="" type="checkbox"/>		

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables

ANEXO 3. Matriz de consistencia

TESIS						
TÍTULO: Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos SAC, Callao 2019						
AUTOR: Manuel Concepcion Vilcarromero Zuta						
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES			
<p>Problema General:</p> <p>¿Qué relación existe entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos SAC, Callao 2019?</p> <p>Problemas Específicos:</p> <p>¿Qué relación existe entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos SAC, Callao 2019?</p> <p>¿Qué relación existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos SAC, Callao 2019?</p> <p>¿Qué relación existe entre la seguridad y la satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos SAC, Callao 2019?</p> <p>¿Qué relación existe entre la empatía y la satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos SAC, Callao 2019?</p> <p>¿Qué relación existe entre los elementos tangibles y la satisfacción de cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos SAC, Callao 2019?</p>	<p>Objetivo General:</p> <p>Determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos SAC, Callao 2019</p> <p>Objetivos Específicos:</p> <p>Determinar la relación entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos SAC, Callao 2019</p> <p>Determinar la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos SAC, Callao 2019</p> <p>Determinar la relación entre seguridad y la satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos SAC, Callao 2019</p> <p>Determinar la relación entre empatía y la satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos SAC, Callao 2019</p> <p>Determinar la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos SAC, Callao 2019</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>Hi: Existe una relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos SAC, Callao 2019</p> <p>Ho: No existe una relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos SAC, Callao 2019</p> <p>Hipótesis Específicas</p> <p>Existe relación entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos SAC, Callao 2019</p> <p>Existe relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos SAC, Callao 2019</p> <p>Existe relación entre la seguridad y la satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarios Peruanos SAC, Callao 2019.</p>	VARIABLE 1: CALIDAD DEL SERVICIO			
			DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	NIVELES O RANGOS
			Fiabilidad	Atención Promesa Control Eficiente	1, 2, 3, 4, 5	22-44 DEFICIENTE 45-66 REGULAR 67-88 BUENO 89-110 EXCELENTE
			Capacidad de respuesta	Inquietud Soluciones Disposición	6, 7, 8	
			Seguridad	Confianza Señalización Garantía	9, 10, 11, 12	
			Empatía	Comprensión Información Expectativa	13, 14, 15, 16	
			Elementos tangibles	Instalaciones Ambiente Medios de comunicación	17, 18, 19, 20, 21, 22	

		<p>Existe relación entre la empatía y la satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuario Peruanos SAC, Callao 2019.</p> <p>Existe relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuario Peruanos SAC, Callao 2019.</p>				
			VARIABLE 2: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE			
			DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	NIVELES O RANGOS
			Fiabilidad	Atención Promesa Control Eficiente	1, 2, 3, 4, 5	22-44 MUY INSATISFCHO 45-66 INSATISFECHO 67-88 SATISFECHO 89-110 MUY INSATISFECHO
			Capacidad de respuesta	Inquietud Soluciones Disposición	6, 7, 8	
			Seguridad	Confianza Señalización Garantía	9, 10, 11, 12	
			Empatía	Comprensión Información Expectativa	13, 14, 15, 16	
			Elementos tangibles	Instalaciones Ambiente Medios de comunicación	17, 18, 19, 20 21, 22	

Anexo 4: Base de datos

CALIDAD DEL SERVICIO																						
	Fiabilidad					Capacidad de Respuesta				Seguridad				Empatía					Elementos Tangibles			
Cuest	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
1	5	3	4	3	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	2	2	3	3	2	4	2	5	2
3	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4
4	1	1	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	3	4	3	3	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5
6	3	2	3	1	2	2	3	3	2	3	3	4	4	4	4	3	4	2	3	3	4	4
7	3	3	4	3	2	3	2	2	3	4	5	4	4	2	3	3	4	2	2	4	4	3
8	1	5	5	3	5	4	3	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5
9	3	2	5	3	5	4	3	3	5	3	3	3	5	1	5	5	4	4	4	4	4	4
10	3	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	4	2	2	2	4	3	4	3
11	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3
12	2	2	2	2	4	4	2	2	2	3	3	4	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3
13	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5
14	3	2	4	3	3	4	2	3	2	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3
15	4	5	5	1	4	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	4	5	5
16	4	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	3	3	2	2	3	3	4	4
18	4	4	3	3	4	2	2	2	2	2	3	4	4	3	2	3	3	2	4	3	2	3
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
20	3	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1	3	1	3	3	3	3	2	1	3	3
21	2	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
22	3	3	4	2	2	4	3	4	3	4	3	3	4	2	4	3	4	4	4	4	4	3
23	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	1	1	3	5
24	1	1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	4	4	5
25	5	4	4	5	4	4	1	4	3	4	3	2	4	3	4	4	3	3	4	3	5	4
26	3	3	5	4	5	3	3	5	4	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	3	5	3
27	3	1	1	2	3	4	5	5	4	3	3	2	5	4	5	5	5	5	4	3	5	3
28	2	2	3	2	3	2	5	5	5	4	4	4	5	2	5	5	4	4	5	5	4	4
29	3	3	3	3	3	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
30	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4
31	4	3	5	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	2	4	2	2
32	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
33	2	4	4	2	3	3	4	3	3	3	3	4	5	4	5	3	4	2	4	4	5	5
34	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
35	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4
36	3	2	3	3	3	4	5	5	3	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4
37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
39	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	2	3	4	4	3	2	3
41	3	5	4	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	5	5	5	5
42	4	5	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5	4	3	4	4	4	4
43	3	2	3	3	4	5	3	4	4	3	4	3	4	5	4	4	5	5	2	3	4	5	5
44	1	3	2	2	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3
46	3	3	5	3	3	5	3	3	5	3	3	3	5	3	3	3	3	5	3	5	5	3	3
47	5	1	5	3	5	5	5	5	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
48	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
49	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4
50	1	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	2	2
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
53	2	3	4	1	4	3	1	2	2	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5
54	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	5	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
56	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	5	5	4	4	4
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
58	3	2	1	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3
59	3	2	4	3	2	4	3	4	2	3	4	4	4	2	4	2	3	4	4	3	2	2	2
60	1	2	1	1	5	3	1	4	1	4	3	5	5	5	1	4	2	5	3	5	5	4	4
61	5	4	3	4	2	4	3	3	4	4	3	1	3	5	4	2	3	4	4	5	4	4	4
62	3	3	2	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3
63	3	2	3	3	3	4	2	4	3	3	3	4	4	3	2	3	4	3	2	2	4	4	4
64	4	4	4	4	3	3	5	5	4	5	5	5	5	3	3	3	4	4	5	5	4	5	5
65	1	4	3	5	3	3	5	5	3	5	5	5	4	2	5	2	4	3	3	4	4	4	4
66	4	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
67	3	4	4	3	3	2	1	2	3	3	3	2	3	3	3	4	2	3	4	4	3	3	3
68	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
69	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	3	5	3	3
70	3	3	4	4	2	2	4	3	3	3	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4
71	4	3	4	4	2	3	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	5
72	5	4	5	4	5	4	4	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
73	3	3	1	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
74	2	2	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3
75	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4
76	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
77	2	2	3	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4
78	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3
79	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
81	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	4	3	3
82	2	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
83	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4
84	1	3	3	1	3	3	1	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	4	4

85	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	1	4	1	4	4	5	4	5	5
86	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1
87	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	
88	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
89	3	4	4	5	5	4	5	5	4	4	3	4	5	4	2	4	3	4	5	5	4	4
90	3	2	4	3	2	3	3	2	3	2	4	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	4
91	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4
92	3	3	4	3	4	3	2	2	4	3	4	3	4	4	3	4	2	3	3	4	4	3
93	4	1	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3
94	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
95	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
96	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
97	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	5	4	4	4	3	3	3	3
98	3	2	4	3	3	2	3	1	3	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	5	3
99	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
100	3	1	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4
101	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
102	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
103	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3
104	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
105	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4
106	3	5	5	3	5	5	5	5	4	4	5	3	5	5	4	5	4	5	5	5	5	3
107	1	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
108	3	4	3	4	3	5	5	4	2	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4
109	4	3	3	3	4	4	4	3	3	5	5	5	4	4	5	3	3	4	4	4	5	4
110	4	2	4	4	2	2	3	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4
111	3	3	3	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
112	2	5	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
113	2	1	4	2	2	4	3	4	2	1	5	4	5	1	2	2	5	5	5	4	5	4
114	3	3	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5
115	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
116	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
117	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5
118	4	4	5	3	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5
119	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
120	3	2	4	2	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	2
121	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3
122	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
123	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
124	3	3	3	3	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	1	5	5	3
125	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
126	1	1	2	2	2	1	1	2	1	3	2	2	1	3	4	4	4	3	4	3	4	1
127	3	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2
128	3	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5
129	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4

130	1	1	4	2	4	2	1	4	1	2	4	2	2	3	5	1	5	4	5	5	5	4
131	1	1	3	1	5	5	1	1	5	3	1	1	5	3	1	5	5	1	4	1	5	4
132	5	4	4	4	4	3	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4
133	3	1	3	3	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4
134	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5
135	1	1	3	3	5	2	1	3	4	1	3	5	4	1	4	4	4	4	4	3	3	1
136	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	
137	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3
138	3	3	3	3	3	4	5	5	5	3	3	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
139	5	4	4	4	3	4	4	5	3	4	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	
140	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	4
141	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	5

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE																						
	Fiabilidad					Capacidad de Respuesta				Seguridad				Empatía					Elementos Tangibles			
Cuest	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
1	5	3	4	3	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	4	4	3	5	3	4	4	4	5	4	4	4	3	2	2	3	3	4	2	5	3
3	4	5	4	5	2	4	4	5	2	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5
4	1	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	3	2	2
5	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4
6	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
7	3	3	4	3	2	3	2	2	3	4	5	4	3	2	3	4	2	2	2	4	4	3
8	3	2	5	3	3	3	3	2	2	2	4	5	5	4	1	5	5	5	5	5	5	5
9	4	4	4	1	3	3	2	3	1	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3
10	3	3	3	3	3	3	1	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
11	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
12	2	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3
13	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	4	5	5	4
14	3	2	3	4	4	3	2	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4
15	3	5	5	5	1	5	5	5	1	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	4	5	4
16	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	3	3	2	2	3	3	4	4
18	3	4	3	3	4	2	2	2	2	2	3	4	4	2	2	4	3	2	4	4	2	3
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
20	3	3	3	3	4	1	1	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3
21	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
22	3	4	4	3	2	4	3	3	3	3	3	4	4	2	2	3	2	2	3	3	4	3
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1
24	5		4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

25	1	3	4	2	3	1	1	3	1	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4
26	4	4	5	3	4	3	4	3	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	5	3
27	5	5	4	3	3	5	5	4	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
28	2	2	3	2	3	1	2	2	3	2	2	4	5	2	2	1	1	1	1	1	4	1
29	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	4	4	4	2	3	2	4	4	4	3	4	4
30	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4
31	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3
32	5	5	5	5	1	1	3	1	3	3	3	3	5	5	2	5	2	5	5	5	5	5
33	1	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	2	4	2	3	3	4	2	5	5
34	3	3	4	4	3	3	4	4	2	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	5	3
35	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
36	3	3	4	3	3	4	1	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	4	3
37	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
39	5	5	5	5	3	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	5	4
40	4	5	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	1	1	2	3	4	3	3	3
41	5	5	4	3	5	3	2	3	4	3	3	4	3	3	2	4	2	3	3	3	2	3
42	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
43	3	2	3	3	4	5	3	4	4	3	4	3	4	5	4	4	5	5	2	3	4	5
44	2	3	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3
45	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3
46	4	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
47	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
48	4	4	4	4	4	1	2	2	2	1	4	4	4	4	4	4	1	2	4	4	4	1
49	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4
50	4	1	3	4	1	1	1	4	1	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	1	4	1
51	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3
52	3	5	4	4	2	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
53	3	3	1	1	4	3	1	2	2	4	3	3	3	4	5	4	4	4	4	5	5	5
54	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3
55	3	3	3	3	3	5	3	5	2	3	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5
56	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	4	4	4
57	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
58	3	2	4	3	2	3	3	3	3	4	3	4	3	4	2	3	4	2	3	3	3	3
59	3	3	4	3	3	4	3	3	2	4	4	4	4	2	4	2	3	3	3	4	3	3
60	2	4	5	5	4	5	4	4	2	5	4	5	4	4	1	4	3	5	5	3	5	5x
61	5	4	3	4	2	3	4	4	4	4	1	1	3	5	4	2	2	4	5	5	4	4
62	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
63	3	3	4	3	4	4	2	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4
64	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
65	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	2	5	5
66	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5
67	2	2	3	2	4	1	2	3	4	2	3	3	3	1	3	1	3	2	4	4	3	3
68	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
69	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	3

70	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4
71	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
72	4	3	5	4	3	5	3	5	1	4	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5	4
73	3	3	3	3	2	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4
74	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	4	3
75	4	4	4	4	2	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	
76	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	3	3	
77	2	1	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3
78	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
81	3	2	3	2	3	2	2	2	5	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	
82	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	3	
83	4	3	4	4	2	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	
84	1	1	3	1	3	3	1	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	
85	5	3	4	5	1	4	4	3	3	4	4	4	4	1	4	3	4	4	4	4	4	4	
86	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	
87	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	
88	1	1	2	2	4	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	1	
89	3	2	4	2	3	5	1	2	3	4	5	4	5	3	3	4	4	3	3	3	5	3	
90	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
91	3	4	4	4	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	
92	4	5	4	4	2	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	
93	5	5	5	4	1	4	5	5	1	5	5	5	5	3	5	4	3	5	3	4	5	4	
94	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
95	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	
96	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
97	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
98	3	2	4	3	3	2	3	1	3	4	3	4	2	2	2	2	2	2	2	2	5	3	
99	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	
100	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	
101	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	
102	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	
103	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	
104	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
105	4	3	3	2	3	3	1	2	2	2	3	3	3	2	3	2	1	1	1	3	4	2	
106	5	5	4	5	3	3	4	5	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	
107	1	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	
108	4	3	4	5	2	2	2	4	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
109	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	5	5	4	
110	4	2	4	4	2	2	4	2	4	2	4	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
111	5	4	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	4	3	
112	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	
113	4	4	5	5	2	4	5	4	2	3	4	4	5	2	4	2	3	4	2	3	5	4	
114	5	4	4	4	1	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	

115	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
116	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
117	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5
118	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5
119	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
120	3	2	4	2	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	2
121	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
122	4	3	4	4	1	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
123	3	3	3	3	2	3	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	4
124	5	5	5	1	5	5	1	3	1	5	5	5	5	5	1	3	5	5	3	3	5	5
125	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
126	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2
127	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2
128	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	2	3	3	3	4	5	4
129	4	4	5	5	2	4	4	4	2	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4
130	2	1	4	3	1	1	2	1	2	4	4	2	2	1	4	2	1	2	1	1	5	4
131	3	3	1	3	3	5	1	3	3	3	1	4	3	4	4	4	4	4	3	3	2	3
132	5	4	4	4	4	5	5	4	2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
133	3	3	3	2	1	3	1	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	2	3	3	4
134	4	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
135	3	1	3	1	5	1	3	1	1	3	3	5	3	1	1	1	1	3	3	5	3	3
136	5	2	2	3	4	2	2	3	3	2	4	3	2	3	2	2	2	3	4	3	4	4
137	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3
138	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	5	3	3	2	2	3	3
139	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4
140	5	5	5	5	1	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5
141	1	2	3	5	2	2	3	4	2	4	3	2	5	1	5	1	3	3	2	4	5	2

Anexo 05:

Pri Paint Chi Cuadrado

VILCARROMERO ANALISIS DESCRIPTIVO.apv [Documento] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Inicio Registro Tablas cruzadas Notas Resumen de procesamiento de casos Tabla cruzada CALIDAD DEL SERVICIO Pruebas de chi-cuadrado Registro Frecuencias Tiulo Conjunto de datos activo Estadísticos Tabla de frecuencia

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	152,539 ^a	9	,000
Razón de verosimilitud	91,755	9	,000
Asociación lineal por lineal	58,051	1	,000
N de casos válidos	141		

a. 9 casillas (56,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 11.

GET
FILE=C:\Users\MANUEL\Desktop\X CICLO\TESIS\spss\VILCARROMERO. BASE DATOS.sav'.
DATASET NAME Conjuntodatos1 WINDOW=FRONT.
FRECUENCIAS VARIABLES=SUMA01 SUMA02 SUMA03 SUMA04 SUMA05 SUMA06 SUMA07 SUMA08 SUMA09 SUMA10 SUMA11 SUMA12
/BARCHART PERCENT
/ORDER=ANALYSIS.

Frecuencias

[conjuntodatos1] C:\Users\MANUEL\Desktop\X CICLO\TESIS\spss\VILCARROMERO. BASE DATOS.sav

	CALIDAD DEL SERVICIO	CAPACIDAD DE RESPUESTA	EMPATIA	ELEMENTOS TANGIBLES
DF	9	9	9	9

Estadísticos

	CALIDAD DEL SERVICIO	CAPACIDAD DE RESPUESTA	EMPATIA	ELEMENTOS TANGIBLES
DF	9	9	9	9

16:49 28/11/2019

Registro
Tablas cruzadas

Notas

Resumen de procesamiento de casos
Tabla cruzada CALIDAD DEL SERVICIO

Pruebas de chi-cuadrado
Registro

Frecuencias

Título
Notas

Conjunto de datos activo
Estadísticos

Tabla de frecuencia

Título
CALIDAD DEL SERVICIO (agrupad

FIABILIDAD (agrupado)

CAPACIDAD DE RESPUESTA (agr

SEGURIDAD (agrupado)

EMPATÍA (agrupado)

ELEMENTOS TANGIBLES (agrupa

SATISFACCION DEL CLIENTE (agr

FIABILIDAD (agrupado)

CAPACIDAD DE RESPUESTA (agr

SEGURIDAD (agrupado)

EMPATÍA (agrupado)

ELEMENTOS TANGIBLES (agrupa

SATISFACCION DEL CLIENTE (agr

FIABILIDAD (agrupado)

CAPACIDAD DE RESPUESTA (agr

SEGURIDAD (agrupado)

EMPATÍA (agrupado)

Tablas cruzadas

Resumen de procesamiento de casos

	Casos			
	Validos		Perdidos	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje
CALIDAD DEL SERVICIO (agrupado) * SATISFACCION DEL CLIENTE (agrupado)	141	100.0%	0	0.0%

Recorte rectangular

Tabla cruzada CALIDAD DEL SERVICIO (agrupado) SATISFACCION DEL CLIENTE (agrupado)

		SATISFACCION DEL CLIENTE (agrupado)			
		MUY INSATISFEC HO	INSATISFEC HO	SATISFEC HO	MUY SATISFEC HO
CALIDAD DEL SERVICIO (agrupado)	DEFICIENTE	Recuento 3	0	0	0
		% dentro de SATISFACCION DEL CLIENTE (agrupado) 60.0%	0.0%	0.0%	0.0%
REGULAR		Recuento 1	15	5	1
		% dentro de SATISFACCION DEL CLIENTE (agrupado) 20.0%	46.9%	6.8%	3.3%
BUENO		Recuento 0	16	47	4
		% dentro de SATISFACCION DEL CLIENTE (agrupado) 0.0%	50.0%	63.5%	13.3%
EXCELENTE		Recuento 1	1	22	25
		% dentro de SATISFACCION DEL CLIENTE (agrupado) 100.0%	3.3%	47.5%	47.5%

Anexo 06: Autorización de la empresa investigada



Lima, 05 de Diciembre del 2019

Asunto: CONSTANCIA

De nuestra consideración.-

Por medio de la presente, le informamos que el Sr(a). VILCARROMERO ZUTA MANUEL CONCEPCION identificado con DNI N° 44303953, colaborador de nuestra representada TERMINALES PORTUARIOS PERUANOS S.A.C. con RUC N° 20507646051; ha desarrollado su trabajo de investigación titulado "Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la empresa Terminales Portuarias Peruanas SAC, Callao 2019" con motivo de sustentación de tesis para la carrera de Negocios Internacionales.

Dicha investigación se realizó con los clientes de la empresa durante el mes de Setiembre del presente año.

Emitimos la presente para los fines que el interesado estime conveniente.

Atentamente,


GAJATE TÓCHE, ORIETTA
REPRESENTANTE LEGAL



Av. Antonio Miro Quesada N° 420 Int. 1910 (Edificio Perpetuo Power)
Mód. Magisterio del Mar
www.tpp.com.pe

VF/GDH

